



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**TEMA:**

**Diseño de contenido visual informativo para la campaña de reciclaje del GADM que se implementará en los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo.**

**AUTOR:**

**Aguilar Carrión Karen Lisseth**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de  
LICENCIADA EN GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**TUTOR:**

**Lcda. Naranjo Rojas María Katherine, Ms.**

**Guayaquil, Ecuador**

**15 de marzo del 2017**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO**  
**GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

## **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Aguilar Carrión Karen Lisseth**, como requerimiento para la obtención del Título de **Licenciada en Gestión Gráfica Publicitaria**.

**TUTOR (A)**

f. \_\_\_\_\_  
**Lcda. Naranjo Rojas María Katherine, Ms.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_  
**Lcdo. Soto Chávez Billy, Ms.**

**Guayaquil, a 15 días del mes de marzo del año 2017**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Aguilar Carrión Karen Lisseth**

### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Diseño de contenido visual informativo para la campaña de reciclaje del GADM que se implementará en los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo** previo a la obtención del Título de **Licenciada en Gestión Gráfica Publicitaria**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a 15 días del mes de marzo del año 2017**

### **LA AUTORA:**

f. \_\_\_\_\_  
**Aguilar Carrión Karen Lisseth**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **Aguilar Carrión Karen Lisseth**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Diseño de contenido visual informativo para la campaña de reciclaje del GADM que se implementará en los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a 15 días del mes de marzo del año 2017**

**LA AUTORA:**

f. \_\_\_\_\_  
**Aguilar Carrión Karen Lisseth**

# REPORTE URKUND



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** TESIS KAREN AGUILAR CARRIÓN UCSG.docx (D25993325)  
**Submitted:** 2017-02-24 12:59:00  
**Submitted By:** lisseth-992@hotmail.com  
**Significance:** 1 %

Sources included in the report:

[http://mastercomunicacion.ua.es/wp-content/uploads/2015/11/Gestion-de-Marca\\_Joan-Costa.pdf](http://mastercomunicacion.ua.es/wp-content/uploads/2015/11/Gestion-de-Marca_Joan-Costa.pdf)

Instances where selected sources appear:

2

## **AGRADECIMIENTO**

Dejo constancia de mi sincero agradecimiento a las autoridades de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, a los maestros, quienes compartieron sus conocimientos durante esta etapa de formación académica.

De manera especial mi gratitud a la Ms. María Katherine Naranjo Rojas, quien en calidad de directora del presente trabajo de fin de carrera, supo asesorarme con paciencia, brindándome todo su apoyo y guiándome con sus recomendaciones durante todo el proceso de mi trabajo de titulación.

Finalmente expreso mi agradecimiento a la Sra. Paulina López Siguenza Alcaldesa del cantón Portovelo, por brindarme la oportunidad de contribuir de alguna manera con el mejoramiento del ambiente de la sociedad Portovelence.

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo a mi bella hija Isabella Lisseth, el lucero que ilumina mi existencia y hace mi camino más claro.

A mis padres que con su apoyo incondicional y sus palabras de aliento, optimismo, confianza, comprensión y amor me supieron guiar hacia la meta anhelada, ellos sacrificaron su tiempo para que pudiera cumplir a cabalidad mi objetivo.

A mí querido esposo por su comprensión y por hacer el papel de padre y madre en mi ausencia.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Lcdo. WASHINGTON DAVID QUINTANA MORALES, Mgs.**  
DELEGADO

f. \_\_\_\_\_

**Lcdo. WILL ALBERTO VERGARA MACÍAS, MSc.**  
DELEGADO

f. \_\_\_\_\_

**Lcda. FERNANDA ANAIS SÁNCHEZ MOSQUERA, Ms.**  
OPONENTE





**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**CALIFICACIÓN**

f. \_\_\_\_\_  
**Lcda. Naranjo Rojas María Katherine, Ms.**

# ÍNDICE

<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	VI
<b>DEDICATORIA</b> .....	VII
<b>RESUMEN (ABSTRACT)</b> .....	XV
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
1.1. Planteamiento del Problema .....	2
1.2. Objetivos del proyecto .....	3
1.2.1. Objetivo General .....	3
1.2.2. Objetivos Específicos .....	3
<b>2. Metodología de investigación</b> .....	3
2.1. Descripción del Proceso seguido en la etapa de Investigación .....	3
2.1.1. Recolección de información sobre el cliente, producto, competencia, público. ....	6
2.1.2. Análisis e interpretación de resultados .....	7
2.2. Análisis de Proyectos Similares .....	16
<b>3. PROYECTO</b> .....	22
3.1. Criterios de Diseño .....	22
3.2. Desarrollo de bocetos iniciales .....	29
3.3. Evaluación de artes iniciales .....	34
3.4. Desarrollo de propuesta gráfica inicial .....	36
3.5. Desarrollo de línea gráfica definitiva .....	37
3.6. Arte final de las piezas gráficas .....	45
3.7. Implementación y verificación de las piezas gráficas .....	46
3.8. Producto Final .....	61
<b>4. Conclusiones y recomendaciones</b> .....	81
<b>5. Bibliografía</b> .....	82
<b>6. ANEXOS</b> .....	85

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Opciones de identificador gráfico de la campaña “Portovelo Recicla” .....	35
<b>Tabla 2:</b> Resultados de identificador gráfico de la campaña “Portovelo Recicla” .....	36
<b>Tabla 3:</b> Descripción de kit promocional y escolar. ....	56
<b>Tabla 4:</b> Cronograma de publicación de contenidos mes de Mayo .....	63
<b>Tabla 5:</b> Cronograma de publicación de contenidos mes de Junio .....	69
<b>Tabla 6:</b> Cronograma de publicación de contenidos mes de Julio .....	74
<b>Tabla 7:</b> Presupuesto plan de medios .....	78
<b>Tabla 8:</b> Presupuesto plan de social media, minimización de costos usando recursos del GADM.....	78
<b>Tabla 9:</b> Presupuesto material POP .....	79
<b>Tabla 10:</b> Presupuesto material promocional .....	79
<b>Tabla 11:</b> Presupuesto General.....	80

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.-</b> Fórmula para cálculo de la muestra.....	6
<b>Figura 2.-</b> Resultado pregunta 1.....	8
<b>Figura 3.-</b> Resultado pregunta 2.....	9
<b>Figura 4.-</b> Resultado pregunta 3.....	10
<b>Figura 5:</b> Resultado pregunta 4.....	11
<b>Figura 6:</b> Resultado pregunta 5.....	12
<b>Figura 7:</b> Resultado pregunta 6.....	13
<b>Figura 8:</b> Resultado pregunta 7.....	14
<b>Figura 9:</b> Identificador Gráfico de la empresa de reciclaje “Recupera” de México. ....	16
<b>Figura 10:</b> Identificador gráfico de Recimax.....	17
<b>Figura 11:</b> Foto de portada de la página de Facebook de la empresa Recimax .....	18
<b>Figura 12:</b> Contenido Visual en la página de facebook de Recimax .....	18
<b>Figura 13:</b> Identificador Gráfico festival de reciclaje “Rcicla” .....	19
<b>Figura 14:</b> Variaciones de color del identificador gráfico festival de reciclaje “Rcicla” .....	20
<b>Figura 15:</b> Afiches del festival de reciclaje “Rcicla” .....	20
<b>Figura 16:</b> Bolsa de regalo festival “Rcicla” .....	21
<b>Figura 17:</b> Cuaderno festival “Rcicla” .....	21
<b>Figura 18:</b> Código cromático verde .....	25
<b>Figura 19:</b> Código cromático verde .....	25
<b>Figura 20:</b> Código cromático Naranja .....	25
<b>Figura 21:</b> Rosa cromática, complementarios verde.....	26
<b>Figura 22:</b> Características del símbolo de Gary Anderson.....	27
<b>Figura 23:</b> Iconización Hoja.....	28
<b>Figura 24:</b> Boceto primera propuesta.....	29
<b>Figura 25:</b> Boceto segunda propuesta .....	29
<b>Figura 26:</b> Boceto tercera propuesta.....	29

<b>Figura 27:</b> Primera propuesta Isotipo.....	30
<b>Figura 28:</b> Primera propuesta Isotipo.....	31
<b>Figura 29:</b> Primera propuesta Isotipo.....	32
<b>Figura 30:</b> Propuesta de tipografía para Identificador Gráfico de la campaña “Portovelo Recicla”.....	33
<b>Figura 31:</b> Adaptación al nombre, identificador gráfico “Portovelo Recicla”	34
<b>Figura 32:</b> Identificador gráfico “Portovelo Recicla” .....	36
<b>Figura 33:</b> Identificador gráfico “Portovelo Recicla” retícula con valor X....	37
<b>Figura 34:</b> Identificador gráfico “Portovelo Recicla” retícula medidas en la composición .....	38
<b>Figura 35:</b> Identificador gráfico “Portovelo Recicla” área de protección .....	39
<b>Figura 36:</b> Colores corporativos de la camáña “Portovelo Recicla” .....	40
<b>Figura 37:</b> Colores corporativos de la camáña “Portovelo Recicla” .....	41
<b>Figura 38:</b> Variantes de color del identificador gráfico de la campaña “Portovelo Recicla”.....	42
<b>Figura 39:</b> Identificador gráfico en escada de grises de la camáña “Portovelo Recicla” .....	42
<b>Figura 40:</b> Escala mínima del identificador de la campaña “Portovelo Recicla” .....	43
<b>Figura 41:</b> Resoluciones de tamaño para red social Facebook .....	43
<b>Figura 42:</b> Resoluciones de tamaño para red social Instagram .....	44
<b>Figura 43:</b> Resoluciones de tamaño para red social Instagram .....	44
<b>Figura 44:</b> Interfaz de la red social Facebook .....	45
<b>Figura 45:</b> Interfaz de la red social Instagram .....	46
<b>Figura 46:</b> Interfaz de la red social Twitter .....	46
<b>Figura 47:</b> Arte para las redes sociales de la campaña .....	47
<b>Figura 48:</b> Arte para las redes sociales de la campaña .....	47
<b>Figura 49:</b> Arte para las redes sociales de la campaña .....	48
<b>Figura 50:</b> Arte para las redes sociales de la campaña .....	49
<b>Figura 51:</b> Arte para las redes sociales de la campaña .....	49
<b>Figura 52:</b> Arte para las redes sociales de la campaña .....	50

<b>Figura 53:</b> Arte implementada en la red social Facebook de la campaña..	51
<b>Figura 54:</b> Arte implementada en la red social Facebook de la campaña..	51
<b>Figura 55:</b> Vista en telefono, arte implementada en la red social Instagram de la campaña .....	52
<b>Figura 56:</b> Arte implementada en la red social Instagram de la campaña .	52
<b>Figura 57:</b> Arte implementada en la red social Instagram de la campaña .	53
<b>Figura 58:</b> Vista en telefono, arte implementada en la red social Instagram de la campaña .....	53
<b>Figura 59:</b> Vista en telefono, arte implementada en la red social Instagram de la campaña .....	54
<b>Figura 60:</b> Arte implementada en la red social Twitter de la campaña.....	54
<b>Figura 61:</b> Vista en telefono, arte implementada en la red social Twitter de la campaña .....	55
<b>Figura 62:</b> Vista en telefono, arte implementada en la red social Twitter de la campaña .....	55
<b>Figura 63:</b> Camiseta de la campaña “Portovelo Recicla” .....	57
<b>Figura 64:</b> Camiseta en los colores corporativos de la campaña “Portovelo Recicla” .....	57
<b>Figura 65:</b> Gorra en los colores corporativos de la campaña “Portovelo Recicla” .....	58
<b>Figura 66:</b> Bolso de la campaña Portovelo Recicla” .....	58
<b>Figura 67:</b> Libreta de la campaña “Portovelo Recicla” .....	59
<b>Figura 68:</b> PIN de la camáña “Portovelo Recicla” .....	59
<b>Figura 69:</b> Pulseras de la camáña “Portovelo Recicla” .....	60
<b>Figura 70:</b> Jarro de la campaña “Portovelo Recicla” .....	60
<b>Figura 71:</b> Aplicación de Encuesta en colegios del cantón Portovelo .....	93
<b>Figura 72:</b> Aplicación de Encuesta en colegios del cantón Portovelo .....	93
<b>Figura 73:</b> Aplicación de Encuesta en colegios del cantón Portovelo .....	94
<b>Figura 74:</b> Lcda. Gina Aguilar rectora del colegio Federico Froebel .....	94
<b>Figura 75:</b> Aplicación de Encuesta en colegios del cantón Portovelo .....	95
<b>Figura 76:</b> Aplicación de Encuesta en colegios del cantón Portovelo .....	95
<b>Figura 77:</b> Aplicación de Encuesta en colegios del cantón Portovelo .....	96
<b>Figura 78:</b> Aplicación de Encuesta en colegios del cantón Portovelo .....	96

## RESUMEN (ABSTRACT)

La contaminación ambiental causada por el desecho irresponsable de elementos sólidos y la falta de información acerca de esta problemática tiene múltiples efectos contraproducentes para el cantón Portovelo, es por ello que el GADM busca incentivar a los jóvenes de los colegios ubicados en la zona urbana del cantón a practicar el reciclaje, mediante una campaña de concientización con el fin de comunicar el mensaje del cuidado de la naturaleza. En vista de esta problemática se plantea como objetivo principal la creación del identificador y piezas informativas que sirvan como referente para realizar la campaña "Portovelo Recicla"

**Palabras claves:** Portovelo, contaminación ambiental, reciclaje, identificador gráfico, contenido visual, diseño, campaña.

## ABSTRACT

The environmental pollution caused by the irresponsible disposal of solid elements and the lack of information about this problem has multiple effects counterproductive for the canton. The objective is that the GADM look for incentives for the young people of the schools located in the urban area of the canton. To practice The recycling, through an awareness campaign with the end of the message the message of care of nature. In view of this problem, the main objective is to create the identifier and informative pieces that serves as a reference for the "Portovelo Recicla" campaign.

**Keywords:** Portovelo, environmental pollution, recycling, graphic identifier, visual content, design, campaign.

## **1. INTRODUCCIÓN**

La contaminación y el deterioro medioambiental es un problema que abarca a todo el mundo, es de suma importancia conocer y crear conciencia de que es un mal, que afecta a todos y por ello es necesario promover una cultura ambientalista que logre mitigar los efectos de la contaminación.

El cantón Portovelo situado en la provincia de El Oro posee una población que subsiste básicamente de la explotación minera, actividad que en el transcurso del tiempo se ha maximizado y como consecuencia ha dejado múltiples daños ambientales, sumado a ello la producción de residuos ya sea de origen doméstico o industrial, afectan a la salud de los habitantes y al ornato de la ciudad.

Es por ello que el GADM del cantón Portovelo propone realizar una campaña destinada a los estudiantes de los colegios de la zona urbana del cantón, que tiene como objetivo informar a los estudiantes sobre las causas de un manejo irresponsable de recursos, las formas correctas de manejo de residuos sólidos y promover el amor por recursos naturales.

Durante el proceso investigativo se ejecutó técnicas cualitativas y cuantitativas las mismas que permiten conocer opiniones y sugerencias, que se analizan y se toma como alternativas para el desarrollo de la propuesta de identificador, piezas gráficas y material promocional de la campaña de reciclaje.



## **1.1. Planteamiento del Problema**

De acuerdo a la publicación del Diario Opinión, en el año 2009 se constata que en el cantón Portovelo, existía un severo problema de contaminación del Medio Ambiente, debido al mal manejo de desechos como: plásticos, papeles, productos químicos, vidrios, etc. proveniente de los cantones: Zaruma, Piñas, Portovelo y Atahualpa ya que depositaban los desechos en las orillas del Río Amarillo perteneciente a la ciudad de Portovelo.

En la administración del Lic. Julio Romero Orellana en el año 2009 se depositaban los desechos cerca de la parroquia Salatí, perteneciente al cantón Portovelo, debido a la acumulación de basura y al mal manejo de los mismos se presentó severos daños en las frutas y verduras cultivadas en este sector, debido a que estas se estaban descomponiendo.

Durante cinco administraciones en el cantón Portovelo no se ha implementado programas que ayuden a disminuir e informar sobre las consecuencias de la contaminación ambiental, es por ello que la Sra. Paulina López Siguenza como alcaldesa del cantón en el año 2014 realiza el relleno sanitario y propone implementar para el año 2017 una campaña de contenido visual que aporte con información sobre manejo adecuado de residuos y promueva el reciclaje en los colegios de la zona urbana para lograr reducir el impacto ambiental.

La campaña que se pretende implementar en los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo carece de identidad, es decir no se ha diseñado un identificador gráfico que sea la imagen de la campaña y piezas informativas; por lo que no cuentan con un profesional en el área de diseño que realice una propuesta que sea capaz de comunicar la esencia de la campaña a través de redes sociales.

Por lo antes mencionado el trabajo de titulación se realiza con el fin de crear la identidad y piezas gráficas informativas para la campaña de reciclaje para el GADM de Portovelo.

## **1.2. Objetivos del proyecto**

### **1.2.1. Objetivo General**

Diseñar Identificador y piezas gráficas para la campaña informativa de reciclaje para estudiantes de los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Determinar las redes sociales más utilizadas por los estudiantes.
- Diseñar un identificador y piezas gráficas que representen a la campaña de reciclaje.
- Definir una línea gráfica para las publicaciones informativas de la campaña en sus redes sociales.

## **2. Metodología de investigación**

### **2.1. Descripción del Proceso seguido en la etapa de Investigación**

La metodología cualitativa y cuantitativa son dos métodos de investigación distintas que según sea el caso pueden implementarse en un mismo proyecto, cuando se utilizan en conjunto estos dos métodos se denomina triangulación (Ruiz, 2012, p.17).

Para el proyecto se aplica la metodología de carácter cualitativo y cuantitativo. La técnica cualitativa se desarrollará en el GADM de Portovelo y la cuantitativa a los colegios ubicados en la zona urbana del cantón.

Kvale (2011) afirma que “la entrevista pretende conseguir relatos matizados de diferentes aspectos de la vida del entrevistado; trabaja con palabras y no con números” (p.9).

En lo que concierne a las entrevistas individuales de profundidad, se aplica a dos personas que conozcan acerca de la problemática que está afectando a toda la comunidad del cantón, además tomando en cuenta que ellos son los pilares fundamentales de la campaña y conocen acerca de la propuesta que se pretende realizar para la misma: a la Ing. María Elena Espinoza, como encargada del departamento de medio ambiente del municipio y el Ing. Cristian Mera como representante del área de planificación, la información recolectada es analizada con la finalidad de obtener los diferentes puntos de vista para la realización del identificador gráfico y piezas informativas para la campaña.

Como método cuantitativo se aplica encuestas (**ver anexo 1**) a los estudiantes de los colegios ubicados en la zona urbana del cantón, para obtener datos sobre las redes sociales que más usan y sobre su conocimiento acerca del reciclaje.

## **Encuesta**

Para el proyecto se aplica la encuesta como método de investigación, con el objetivo de obtener información acerca de las redes sociales más utilizadas por los estudiantes, conocer los colores e imágenes con las que asocian al reciclaje y sobre material promocional que desean recibir por fomentar el cuidado ambiental.

La encuesta se realiza a estudiantes de los colegios ubicados en la zona urbana del cantón Portovelo: Unidad Educativa “13 de Mayo”, “Ciudad de Portovelo” y “Federico Froebel”.

## **Población**

Debido a que la campaña está dirigida a estudiantes de los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo, la población que se investiga para la creación del identificador gráfico constituye a jóvenes que comprenden las edades de 11 a 18 años, que estudian en los centros educativos ubicados en la zona urbana del cantón.

## **Muestra**

Para aplicar la encuesta se determina que la población está conformada por 1210 individuos, este número se debe a la suma de la cantidad total de estudiantes de las Unidades Educativas: “Ciudad de Portovelo”, “Federico Froebel” y Unidad Educativa “13 de Mayo”.

La pregunta por el tamaño que debe tener la muestra es una de las más repetidas en la investigación social. El investigador con experiencia sabe que no existe una respuesta directa para esa pregunta, pues debe disponerse de una información básica que permita hacer cálculos que darán la respuesta adecuada. (Briones, 2003, p. 60).

Se toma una muestra de la totalidad de estudiantes de las instituciones educativas, para ello se aplica la siguiente fórmula, que se toma del departamento de biblioteca, de la Universidad Nacional del Nordeste – Argentina. Se obtiene como muestra recomendada 292. **(Ver Figura 1)**

**DEPARTAMENTO DE BIBLIOTECA**

Misiones    Reglamenta    Servicios    Horario y Personal    Alerta Bibliográfica    Contactenos    Novedades

Otros cálculos . . . . .

**CALCULADORA PARA OBTENER EL TAMAÑO DE UNA MUESTRA**

¿Qué porcentaje de error quiere aceptar? 5% es lo más común	5 %	Es el monto de error que usted puede tolerar. Una manera de verlo es pensar en las encuestas de opinión, este porcentaje se refiere al margen de error que el resultado que obtenga debería tener, mientras más bajo por cierto es mejor y más exacto.
¿Qué nivel de confianza desea? Las elecciones comunes son 90%, 95%, o 99%	95 %	El nivel de confianza es el monto de incertidumbre que usted está dispuesto a tolerar. Por lo tanto mientras mayor sea el nivel de certeza más alto deberá ser este número, por ejemplo 99%, y por tanto más alta será la muestra requerida.
¿Cual es el tamaño de la población? Si no lo sabe use 20 000	1210	¿Cual es la población a la que desea testear? El tamaño de la muestra no se altera significativamente para poblaciones mayores de 20,000.
¿Cual es la distribución de las respuestas ? La elección más conservadora es 50%	50 %	Este es un término estadístico un poco más sofisticado, si no lo conoce use siempre 50% que es el que provee una muestra más exacta.
La muestra recomendada es de	<b>292</b>	Este es el monto mínimo de personas a testear para obtener una muestra con el nivel de confianza deseada y el nivel de error deseado. Abajo se entregan escenarios alternativos para su comparación.

**Figura 1.-** Fórmula para cálculo de la muestra  
**Fuente:** <http://www.med.unne.edu.ar/biblioteca/calculos/calculadora.htm>

### 2.1.1. Recolección de información sobre el cliente, producto, competencia, público.

Para el presente proyecto de titulación se ha facilitado un brief por parte del GADM del cantón Portovelo (**ver anexo 2**) que sirve de apoyo para la creación del identificador y piezas informativas, para ello se detalla los siguientes aspectos primordiales que se debe transmitir.

#### 2.1.1.1. Objetivos de Marketing

Los objetivos de marketing para la campaña de reciclaje a unidades educativas de la zona urbana son las siguientes:

- ✓ Vincular a los jóvenes en los proyectos de reciclaje.
- ✓ Fomentar en los jóvenes amor por la naturaleza.
- ✓ Instar a los jóvenes replicar estas prácticas en cada uno de los hogares

#### 2.1.1.2. Objetivos de comunicación

El tipo de campaña va a ser informativa, estableciendo los siguientes objetivos comunicacionales:

- ✓ Informar al estudiantado de las causas de un manejo irresponsable de recursos.
- ✓ Enseñar al estudiante las formas correctas de manejo de residuos sólidos.
- ✓ Fomentar en el estudiantado amor por recursos naturales.

### **2.1.1.3. Estrategias de Marketing**

Estrategia de Producto: se va a vincular al estudiante en la campaña, para promover su participación, regalando premios para promover la iniciativa.

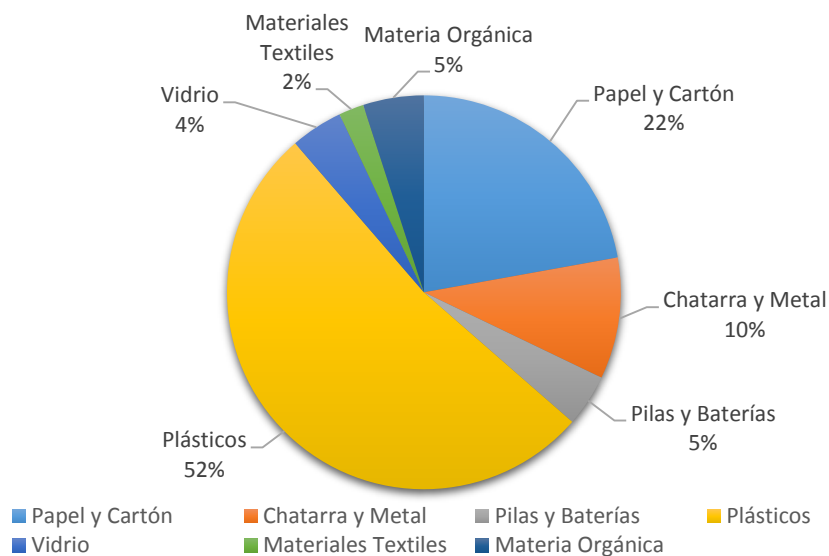
Estrategia de Plaza: Los adolescentes son muy influyentes en sus hogares, y estos pueden servir de apoyo para la implementación de programas a nivel de la ciudad, de esta manera podemos contar con replicadores dentro de los hogares.

Estrategia de Promoción: se dará a conocer la información de la campaña a través de las redes sociales, dado que se apunta a un segmento de la población que en la actualidad hace mucho uso de estas.

## **2.1.2. Análisis e interpretación de resultados**

### **2.1.2.1. Análisis de datos obtenidos en las encuestas realizadas a los estudiantes de los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo.**

## 1. ¿Qué materiales recicla?



**Figura 2.-** Resultado pregunta 1

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo

Elaboración Propia

De acuerdo a las entrevistas realizadas, los estudiantes seleccionaron en un (52%) que recicla plásticos, (22%) reciclan papel y cartón, el (10%) recicla chatarra y metal, el (5%) recicla pilas, baterías y materia orgánica, el (4%) recicla vidrio, el (2%) seleccionó la opción materiales textiles.

2. Si en su Unidad Educativa se propone realizar una campaña informativa sobre manejo de residuos sólidos ¿Le gustaría participar?



**Figura 3.-** Resultado pregunta 2

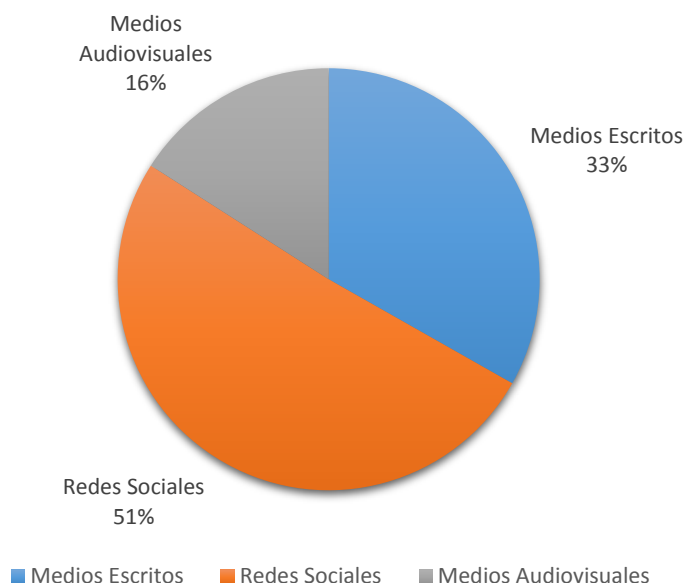
**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes de los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo

Elaboración Propia

De acuerdo a la pregunta realizada para conocer el interés de los jóvenes en participar en la campaña informativa, se obtiene que el (8%) de la totalidad de los estudiantes encuestados no desean participar, mientras que el (92%) de la población estudiantil si quiere participar.



### 3. ¿Por qué medios le gustaría recibir información acerca de la campaña?

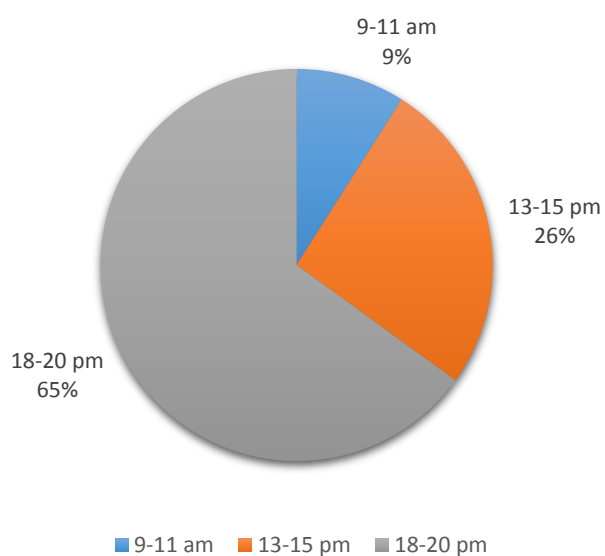


**Figura 4.-** Resultado pregunta 3

**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes de los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo  
Elaboración Propia

De acuerdo a la pregunta que hace alusión a los medios de comunicación que los estudiantes creen que se debe transmitir información acerca de la campaña, los estudiantes respondieron: el (16%) prefieren que se dé a conocer la campaña a través de medios audiovisuales como tv y radio, el (33%) de la población estudiantil encuestada selecciona como medio de comunicación para la campaña a los medios escritos como: afiches, volantes, trípticos y dípticos y el (51%) de los jóvenes creen que es adecuado que se transmita la campaña a través de las redes sociales como: Facebook, Instagram y twitter.

#### 4. ¿En qué horario usa las redes sociales?



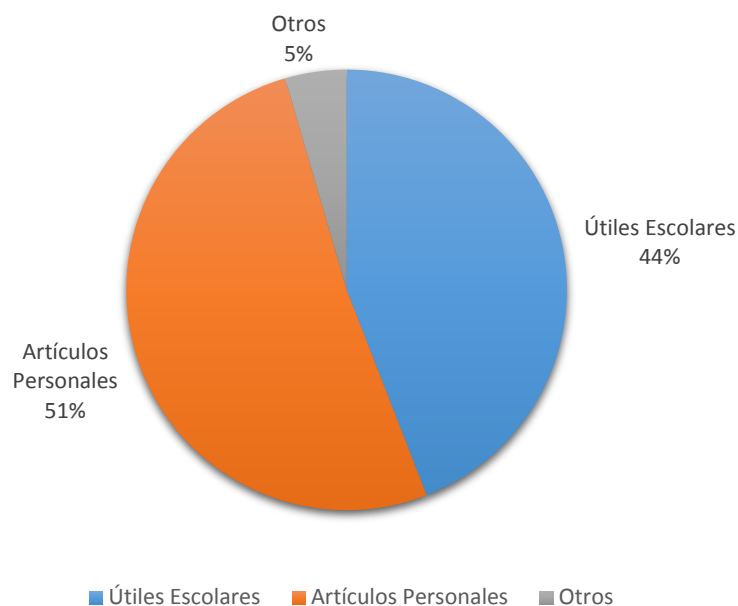
**Figura 5:** Resultado pregunta 4

**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes de los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo

Elaboración Propia

De acuerdo a la encuesta aplicada los estudiantes frecuentan las redes sociales entre las 18:00 a 20:00 en un (65%), de 13:00 a 15:00 usan este medio de comunicación el (26%) de los jóvenes y de 09:00 a 11:00 el (9%) de la totalidad de los encuestados.

**5. ¿Qué tipo de incentivos le gustaría recibir, por formar parte de la campaña?**

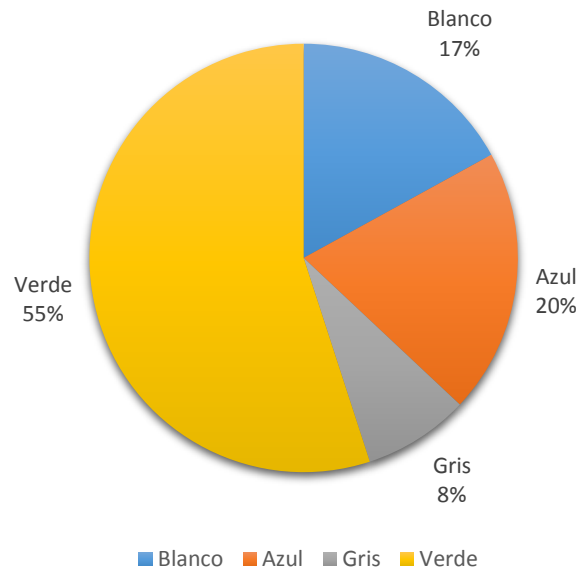


**Figura 6:** Resultado pregunta 5

**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes de los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo  
Elaboración Propia

Para conocer la opinión de los jóvenes acerca de los incentivos que desean recibir por la participación en la campaña se propuso 3 alternativas, el (44%) eligió la opción de útiles escolares, el (51%) selecciona artículos personales y el (5%) de la población estudiantil escoge la alternativa “otro” pero no señalaron propuestas acerca del incentivo que anhelan obtener.

## 6. ¿Con qué colores usted asocia al reciclaje?

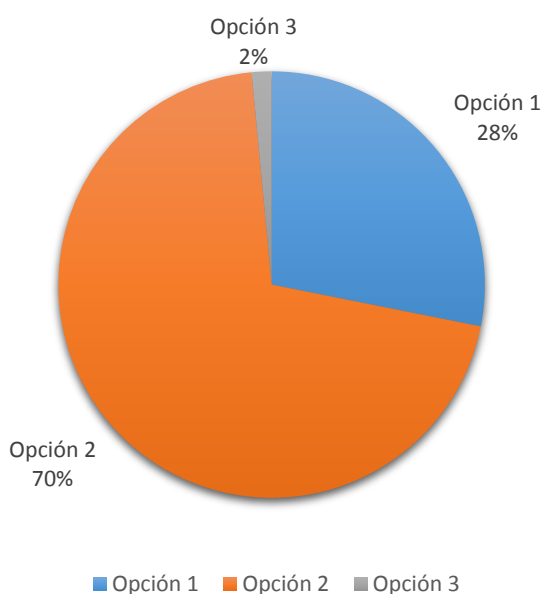


**Figura 7:** Resultado pregunta 6

**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes de los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo  
Elaboración Propia

De acuerdo a la pregunta que hace referencia a los colores que los estudiantes asocian al reciclaje se obtiene que el (55%) eligió como el color que identifican con el reciclaje al verde, el color azul fue seleccionado por el (15%) de los encuestados, el color blanco se eligió por el (17%), los estudiantes consideran que el color gris identifica al reciclaje en (8%).

## 7. ¿Cuál es la imagen que Ud. Asocia con la actividad de reciclaje?



**Figura 8:** Resultado pregunta 7

**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes de los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo  
Elaboración Propia

De acuerdo a las imágenes de reciclaje evaluadas a los estudiantes, se obtiene los siguientes resultados: la primera imagen que se ubica entre las opciones de repuesta se denomina Tidyman y consiste en una persona depositando la basura en un recolector esta alternativa fue escogida por el (28%) estudiantes, la segunda opción es conocida como Möbius Loop y es escogida por el (70%), en la tercera opción se coloca el icono de un recolector de basura y fue elegido por el (2%).

### 2.1.2.2. Conclusión de las encuestas aplicadas en los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo

Como conclusión de las encuestas aplicadas para conocer el interés de los jóvenes sobre la campaña de reciclaje, el (92%) de los estudiantes encuestados están interesados en participar en la campaña informativa, en lo concerniente al medio de comunicación que se debe utilizar para transmitir información acerca de la campaña los estudiantes coinciden en que debe trasmitirse a través de redes sociales (facebook, Instagram y twitter) con un (51%) y a través de medios escritos (afiches, volantes, trípticos y dípticos) con

el (33%), al consultar sobre el horario en el cual los jóvenes frecuentan este medio de comunicación el (65%) lo hace entre las 18:00 y 20:00.

Al momento de mencionar los incentivos que los jóvenes desean obtener por su participación en la campaña, el (44%) opta por útiles escolares y el (54%) por artículos personales. Acerca de los colores que asocian con la actividad de reciclaje se obtiene el color verde con el (55%); además reconocen al ícono Möbius Loop diseñado por Gary Anderson como acción de reciclaje.

### **2.1.2.3. Análisis de Entrevistas**

Para conocer detalles acerca de la campaña se realiza dos entrevistas (**Ver Anexo 3**), una de ellas al Ing. Cristian Mera quien es la persona que dirige el departamento de planificación del municipio y la segunda entrevista a la Ing. María Elena Espinoza representante del departamento de medio ambiente; quienes son los organizadores de la campaña.

De acuerdo a la entrevista realizada al Ing. Cristian Mera, jefe del departamento de planificación del cantón; manifiesta que existe falta de información en la ciudad acerca del manejo de desechos, comenta que se debe tomar en cuenta que Portovelo tiene antecedentes de contaminación causados por explotación minera y a esto se suma la contaminación causada por los desechos que arroja la población, cree que es conveniente que se realice la campaña para informar a los estudiantes sobre el correcto e incorrecto manejo de desechos; por lo tanto cree necesario que se debe diseñar una imagen que sea el símbolo de la campaña, él asegura que ese será el punto de partida para la campaña.

Acerca de los valores que debe reflejar el identificador, el Ing. Mera considera que se represente la acción de reciclaje y los beneficios que trae consigo la acción que es la preservación de la naturaleza y cuidado del entorno, además indica que se debe considerar que la campaña es para jóvenes, por lo tanto se debe utilizar elementos con lo que ellos asocien el reciclaje.

La Ing. María Elena Espinoza integrante del departamento de medio ambiente del GADM de Portovelo, comenta sobre el problema de contaminación del cantón, además ella menciona que el objetivo es vincular a los jóvenes en proyectos de reciclaje y fomentar el amor por la naturaleza, además asegura que los estudiantes serán los encargados de transmitir el mensaje en sus hogares y de esta manera lograr integrar a la población del cantón.

Además la encargada del departamento de medio ambiente, busca que el identificador gráfico represente los beneficios del reciclaje y que se construya con los elementos que los jóvenes asocian al reciclaje.

Los dos integrantes del municipio coinciden en que la campaña debe promover el compromiso de los estudiantes para informarse sobre temas de manejo de residuos y aportar con esta acción por el bien de su cantón Portovelo.

## **2.2. Análisis de Proyectos Similares**

### **“Recupera” centros de reciclaje**

Empresa de reciclaje ubicada en San Pedro de los Pinos, México D. F.



**Figura 9:** Identificador Gráfico de la empresa de reciclaje “Recupera” de México.  
**Fuente:** [http://recuperamexico.com/centros\\_reciclaje/index.html](http://recuperamexico.com/centros_reciclaje/index.html)

Recupera es una empresa que ofrece a otras entidades desarrollar, implementar y operar programas de reciclaje y manejo de residuos, cuenta con una cartera de clientes muy amplia en México, estimando que gracias a los servicios brindados logra capacitar a más de 10000 personas de diversas empresas (Recupera centros de reciclaje, s.f., párr.1)

Para representar a la empresa se ha diseñado un identificador gráfico (**Ver figura 9**), utilizando el icono universal del reciclaje Möbius Loop y una rama de árbol para demostrar que el reciclaje está directamente relacionado con la naturaleza, sobre la cromática el diseñador utiliza colores que hacen referencia a los elementos que conforman el ecosistema, como es el verde color de la vegetación, de acuerdo a la psicología del color crea un sentimiento de confort, relajación y serenidad, además el identificador consta de color café, que es el color de la tierra y se considera un color que brinda equilibrio además es asociado con la experiencia. (Recupera centros de reciclaje, s.f., párr.1)

De este análisis rescato la composición que tiene el identificador gráfico de la empresa, debido a que han integrado dos íconos para comunicar el mensaje que quiere transmitir la entidad usando el símbolo de Gary Anderson y el de una rama de árbol que refleja el concepto de naturaleza, dando realce a la letra “R” la misma que puede significar reciclaje y recupera.

## **Recimax**

Empresa de reciclaje de piezas electrónicas de la ciudad de Guayaquil



**Figura 10:** Identificador gráfico de Recimax

**Fuente:** <https://www.facebook.com/Reciclaje-Recimax-1760039947607049/?ref=ts>

Es una empresa que se dedica al reciclaje de piezas electrónicas, está ubicada en las ciudades de Guayaquil y Quito, su objetivo principal es reducir



el impacto ambiental por medio de la práctica de reciclaje de dispositivos electrónicos, para posteriormente darle un uso adecuado a esta clase de desechos (Pesca Tu Idea, Reciclaje Recimax, 2017, párr. 1)



**Figura 11:** Foto de portada de la página de Facebook de la empresa Recimax  
**Fuente:** <https://www.facebook.com/Reciclaje-Recimax-1760039947607049/?fref=ts>



**Figura 12:** Contenido Visual en la página de facebook de Recimax  
**Fuente:** <https://www.facebook.com/Reciclaje-Recimax-1760039947607049/?fref=ts>  
[-1760039947607049/?fref=ts](https://www.facebook.com/Reciclaje-Recimax-1760039947607049/?fref=ts)

Para el proyecto de titulación se toma como referencia la composición del contenido visual compartido a través de redes sociales (**ver figura 12**), debido

a que se utiliza fotografías de elementos cotidianos que hacen referencia al tipo de materiales que reciclan; realizando una composición que consta de fotografía, mensaje y su identificador gráfico obteniendo un equilibrio entre ellos al colocar en el fondo la fotografía y sobre este la información en una columna central, los colores que utilizan para el desarrollo de sus piezas gráficas se toman del identificador, implementando colores de la naturaleza como verde, café, blanco y por otro lado el color gris y azul que hacen alusión a la tecnología y finalmente el contenido que se comunica es claro y preciso.

## Rcicla

Proyecto: Festival de Reciclaje "Rcicla", Lima 2006



**Figura 13:** Identificador Gráfico festival de reciclaje "Rcicla"

**Fuente:** <https://www.behance.net/gallery/33598069/Proyecto-Festival-de-Reciclaje-Rcicla>

Rcicla, es un festival que se realiza en la ciudad de Lima que está destinado a niños de 8 a 13 años de edad, es un espacio en donde ellos aprenden la importancia del cuidado del medio ambiente y ponen en práctica mediante el reciclaje, en donde se divierten creando juguetes, escenarios, decoraciones de material reciclado (Behance, 2006).

Este identificador gráfico (**ver figura 13**), pertenece al festival "Rcicla" en este caso se utiliza el símbolo universal del reciclaje fusionandolo con la tipografía, se omite la letra "e" del nombre del festival debido a que en el isologotipo se representa a la letra "R" y "E" juntas utilizando la ley de cierre de la gestalt. Referente a la cromática utilizada en el identificador se usa dos tonalidades de verde, lo que crea contraste en la composición.



**Figura 14:** Variaciones de color del identificador gráfico festival de reciclaje “Rcicla”  
**Fuente:** <https://www.behance.net/gallery/33598069/Proyecto-Festival-de-Reciclaje-Rcicla>

Además presenta variaciones de cromática (**ver figura 14**), utiliza colores complementarios del verde como es el morado, celeste que es una variación del azul y rojo, además se ha considerado la edad del público objetivo para la utilización de los colores mencionados ya que son colores llamativos.



**Figura 15:** Afiches del festival de reciclaje “Rcicla”  
**Fuente:** <https://www.behance.net/gallery/33598069/Proyecto-Festival-de-Reciclaje-Rcicla>



**Figura 16:** Bolsa de regalo festival "Rcicla"

**Fuente:** <https://www.behance.net/gallery/33598069/Proyecto-Festival-de-Reciclaje-Rcicla>



**Figura 17:** Cuaderno festival "Rcicla"

**Fuente:** <https://www.behance.net/gallery/33598069/Proyecto-Festival-de-Reciclaje-Rcicla>

En las piezas gráficas (**ver figura 15**) se ubica el identificador, información del festival y apoyo visual, se utiliza fotografías de adornos y esculturas creadas con material reciclado.

Del proyecto analizado se toma como referencia las propuestas promocionales (**ver figura 16 y 17**) que son: cuaderno y bolsa de regalo. Para el identificador se toma como referencia la fusión de la tipografía con características del símbolo universal del reciclaje.

### **3. PROYECTO**

#### **3.1. Criterios de Diseño**

“Toda marca tiene un sustrato real y se inserta en su contexto social (...) La marca se visualiza y se sintetiza en un símbolo que se posiciona en la memoria de cada quien” (Costa, 2015, p.8)

Los elementos que se toman en consideración para la creación del identificador son:

- **Reciclaje:** es la actividad que la campaña va a promover. De acuerdo a la investigación los estudiantes relacionan inmediatamente el reciclaje con el símbolo creado por Gary Anderson.
- **Naturaleza:** a partir de las entrevistas se conoce que es necesario que el identificador transmita el beneficio que trae reciclar y el cuidado de la naturaleza.
- **Jovialidad:** debido al público al que va dirigida la campaña es importante que el identificador tenga características que llame la atención de los jóvenes como son: colores y formas.

### **3.1.1. Identificador Iconográfico conceptual**

Para la elaboración del identificador se toma los elementos representativos del reciclaje como: el ícono diseñado por Anderson, el mismo que es considerado como el símbolo universal del reciclaje, además fue elegido dentro de la encuesta como la imagen que los estudiantes inmediatamente asocian con la acción de reciclar y por otra parte el cuidado de la naturaleza representada por el ícono de una hoja de un árbol considerando que en el cantón Portovelo existe abundante vegetación.

### **3.1.2. Público Objetivo**

El público objetivo al que va dirigida la campaña, son estudiantes de colegios de la zona urbana del cantón, las edades con la que cuenta dicha población se determinaron a través de la aplicación de encuestas en los diferentes centros educativos y como resultado se obtuvo que los jóvenes comprenden de 11 a 18 años.

Es importante que se conozca el público al que va dirigida la campaña ya que con ello se determina los gustos de la población en referencia a colores, formas, símbolos y trazos, de esta manera que capte la atención y refleje el objetivo comunicacional concepto que se pretende reflejar con el identificador.

### **3.1.3. Construcción del identificador gráfico**

Debido a que la campaña no cuenta con un identificador gráfico, en esta fase se realiza la construcción del mismo. El diseño de este elemento visual que tiene como objetivo la vinculación inmediata del público objetivo con el mensaje transmitido por la campaña.

#### **3.1.3.1. Conceptos generales**

Para la creación del identificador gráfico se parte del concepto que pretende mostrar la campaña, que es practicar el reciclaje dentro y fuera de los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo y de esta manera se pretende que los jóvenes ayuden a cuidar la naturaleza y transmitan el mensaje de la campaña

dentro y fuera de los centros educativos, una parte fundamental de la campaña es el nombre de la misma, es importante mencionar que se la ha denominado “Portovelo Recicla” y este nombre ha sido proporcionado por los organizadores debido a que en un futuro, se va a extender la campaña en todo el cantón.

### **3.1.3.2. Color**

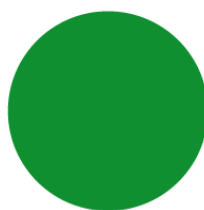
“La percepción del color es la parte más simple, más emotiva del proceso visual, tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual” (Dondis, s.f. p.69).

De acuerdo a la investigación los estudiantes asocian la actividad de reciclaje con el color verde, por lo tanto se considera usar dos tonalidades del mismo para el identificador, el color verde está en el grupo de colores fríos por lo tanto se implementa el color naranja ubicado dentro de los colores cálidos para brindar contraste a la composición (**Ver figura 18, 19 y 20**).

Quintana manifiesta que dentro de la psicología del color se estudia como los colores llegan a influir en las emociones de las personas, es así como se establece un simbolismo emocional para los colores verde y naranja que son tomados como criterio para el desarrollo de la propuesta del identificador (Quintana, s.f., p.26).

Verde: esperanza, juventud, primavera y es considerado como el color de la naturaleza es por ello que sugiere aire libre y fresca.

Naranja: entusiasmo, juventud, y es un color que induce a un estado alegre.



C= 90%      R= 50  
M= 30%      G= 101  
Y= 95%      B= 52  
K= 30%

**Figura 18:** Código cromático verde  
**Fuente:** Elaboración Propia



C= 50%      R= 162  
M= 0%      G= 189  
Y= 100%     B= 49  
K= 0%

**Figura 19:** Código cromático verde  
**Fuente:** Elaboración Propia

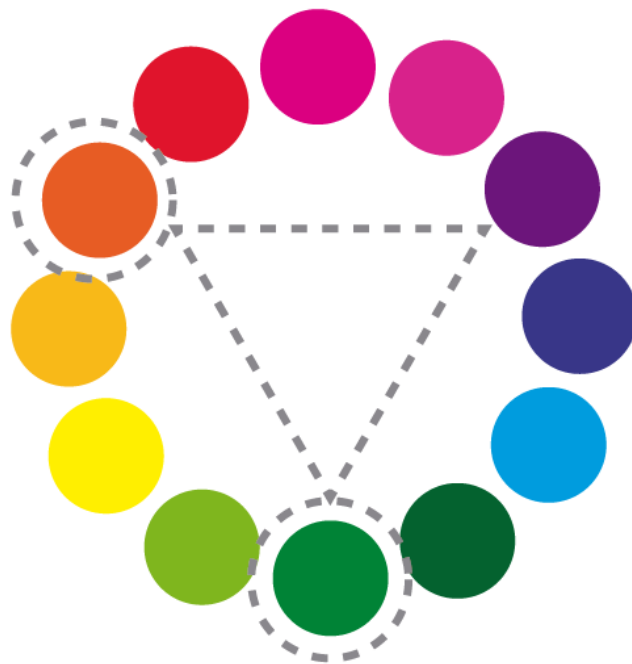


C= 0%      R= 203  
M= 80%      G= 97  
Y= 95%      B= 32  
K= 0%

**Figura 20:** Código cromático Naranja  
**Fuente:** Elaboración Propia



Considerando el significado de cada color, se rescata que el color verde hace referencia a la naturaleza, es un color que connota frescura y se puede interpretar de acuerdo a la psicología del color como la esperanza de vida renovada. Para las propuestas se utiliza dos tonalidades de verde con el fin de crear contraste en la composición, tomando en cuenta que el verde es un color frío se busca dar equilibrio al diseño integrando el color naranja debido a que es cálido y que además está en el grupo de complementarios del verde (**Ver figura 21**), este color está asociado con la juventud, vitalidad y sobretodo es el color de la diversión y aprendizaje.



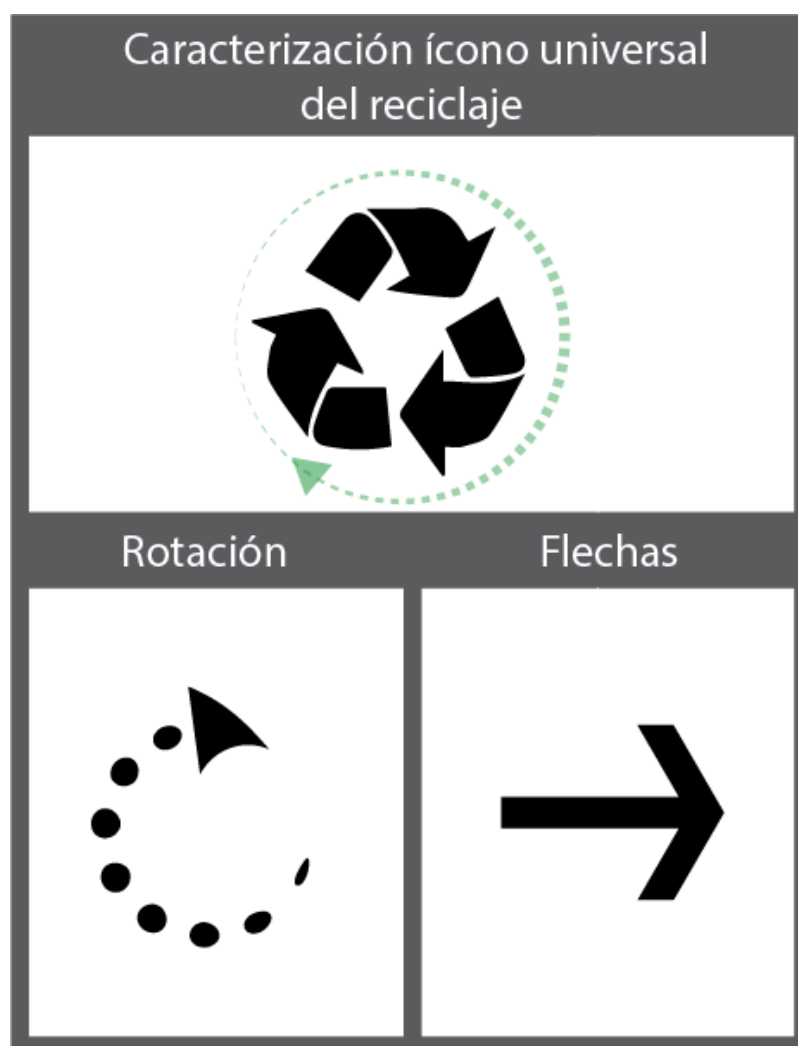
**Figura 21:** Rosa cromática, complementarios verde  
**Fuente:** Elaboración Propia

Se considera el uso del color blanco debido a que expresa paz, pureza, además se considera un color activo. Al momento de implementarlo en la composición crea un espacio de vacío positivo y de infinito. Los colores antes mencionados son utilizados continuamente en campañas relacionadas con la naturaleza y reciclaje.

### 3.1.3.3. Caracterización

Para la caracterización se toma el ícono universal del reciclaje de Gary Anderson, de este se toman las características más representativas.

Para describir el símbolo del reciclaje se considera que las características fundamentales son: el movimiento de rotación que muestra en su composición y los elementos con los que está formado que son tres flechas. **(Ver figura 22)**

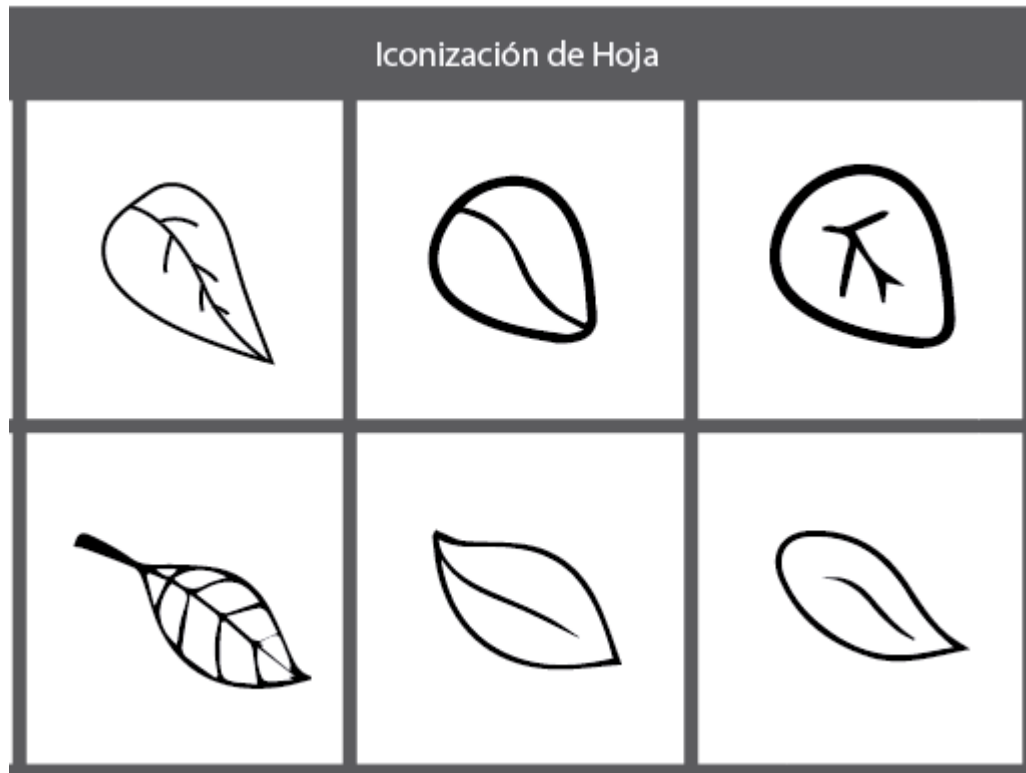


**Figura 22:** Características del símbolo de Gary Anderson  
**Fuente:** Elaboración Propia

### 3.1.3.4. Caracterización

Joan Costa sostiene “la iconización empieza con la máxima fidelidad de una imagen o forma hasta llegar a la abstracción” (Costa, J., citado por Farfán Gonzales, 2015, p.54.).

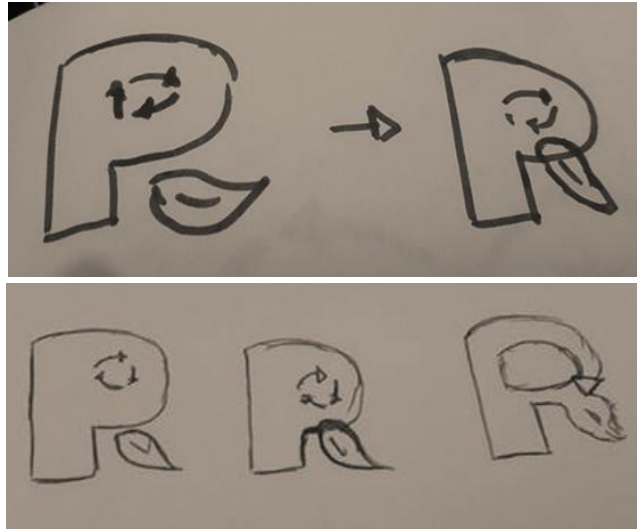
Para la iconización se toma como referencia el beneficio principal que trae reciclar, como es el cuidado de la naturaleza, para representarla se toma una parte de la naturaleza como es una hoja debido a que en el cantón Portovelo encontramos abundante vegetación. **(Ver figura 23)**



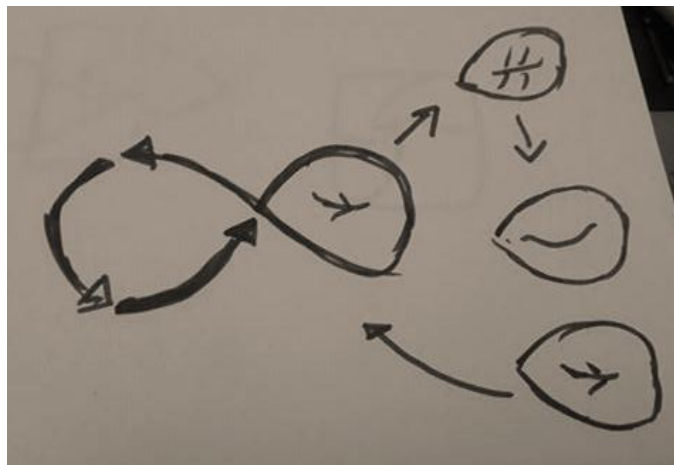
**Figura 23:** Iconización Hoja  
**Fuente:** Elaboración Propia

A partir de la iconización y características obtenidas a partir de los símbolos que tienen relevancia dentro del proyecto, se fusionan para obtener un isotipo que logre representar de una manera efectiva a la campaña de reciclaje.

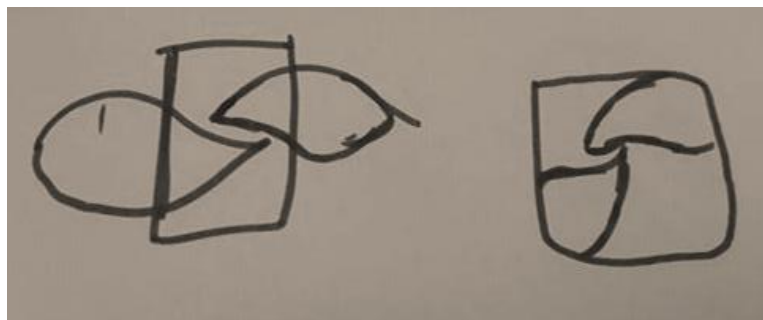
### 3.2. Desarrollo de bocetos iniciales



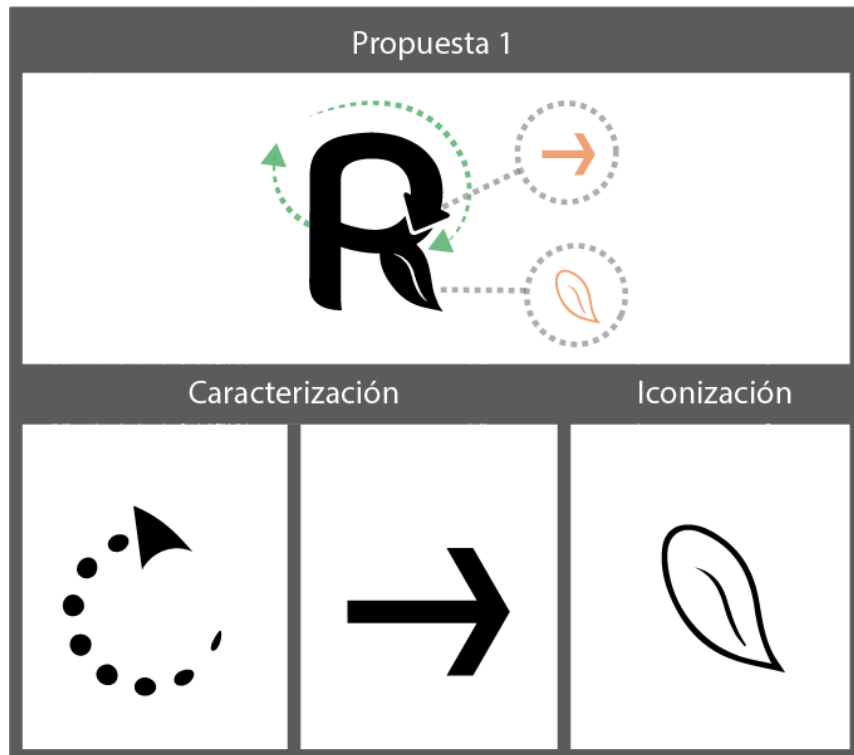
**Figura 24:** Boceto primera propuesta  
**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 25:** Boceto segunda propuesta  
**Fuente:** Elaboración propia

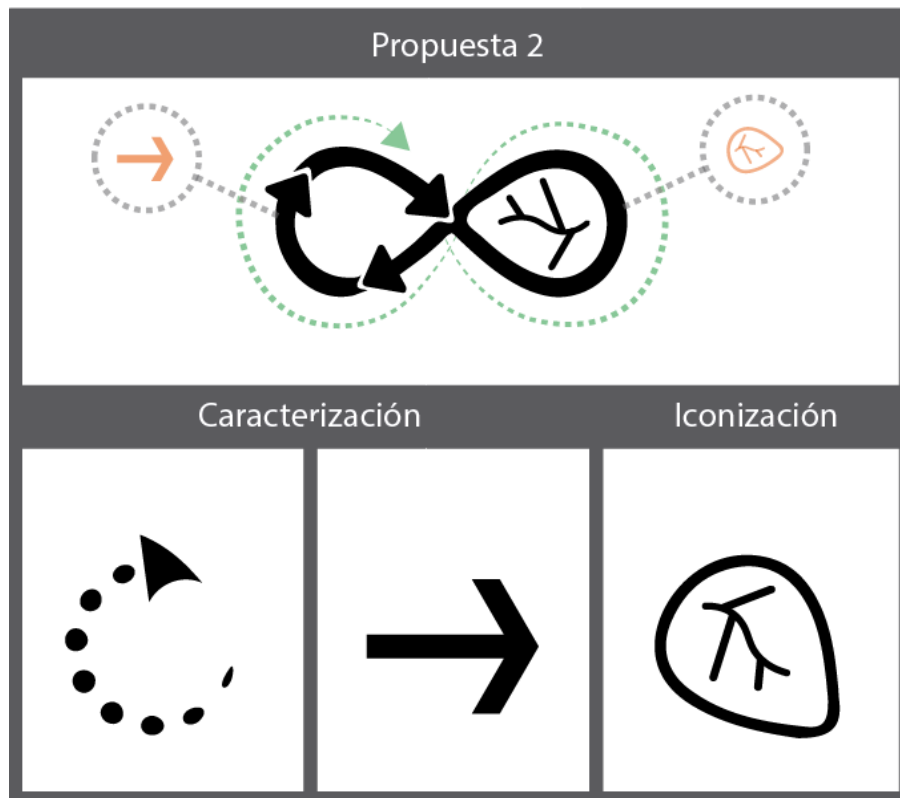


**Figura 26:** Boceto tercera propuesta  
**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 27:** Primera propuesta Isotipo  
**Fuente:** Elaboración Propia

Se obtiene como resultado tres propuestas, en la primera alternativa se muestra la fusión de las iniciales de la campaña con ambos símbolos como es la hoja y la flecha que se obtienen a partir de la iconización y caracterización respectivamente, teniendo como ventaja que el trazo de la letra “R” y “P” es similar, se ha jugado con los elementos para que el lector pueda visualizar ambas letras en una sola, es importante mencionar que la composición cuenta con 3 partes las mismas que permiten simular el movimiento que tiene el ícono de Gary Anderson. **(Ver figura 27)**



**Figura 28:** Primera propuesta Isotipo  
**Fuente:** Elaboración Propia

En la segunda propuesta, se toman las características de reciclaje y el ícono de la hoja, se forma la propuesta con 3 elementos, las 3 flechas del reciclaje, una de ellas se forma por la hoja, de esta manera se pretende comunicar el ciclo que tiene el reciclaje, todos los elementos de la composición se entrelazan para simular el movimiento rotacional con el que cuenta el símbolo de Gary Anderson. **(Ver figura 28)**



**Figura 29:** Primera propuesta Isotipo  
**Fuente:** Elaboración Propia

Para la creación de la tercera propuesta se toma una de las características del símbolo del reciclaje, el movimiento de rotación y el ícono de la hoja, estos elementos se combinan utilizando uno de los principios de la ley de la Gestalt como es figura y fondo, se realiza la composición con un fragmento de una hoja ubicada en diferentes direcciones para simular el movimiento rotacional que representa el ciclo del reciclaje. **(Ver figura 29)**

### 3.2.1. Adaptación al nombre



**Figura 30:** Propuesta de tipografía para Identificador Gráfico de la campaña “Portovelo Recicla”

**Fuente:** Elaboración Propia

Como propuesta de tipografías para el identificador gráfico se toma tres opciones de fuentes de la familia sans serif (ver figura 27), pensando en el grupo objetivo de la campaña, dos de las opciones cuentan con trazo recto que al unirse con el isotipo proyecta modernidad y la última opción de las fuentes tiene terminaciones curvas que muestra diversión y jovialidad al identificador, cabe mencionar que las fuentes propuestas son legibles y claras. **(Ver figura 30)**





**Figura 31:** Adaptación al nombre, identificador gráfico “Portovelo Recicla”  
**Fuente:** Elaboración Propia

### 3.3. Evaluación de artes iniciales

Una vez obtenidas las propuestas del diseño del identificador gráfico para la campaña “Portovelo Recicla” se realiza la evaluación, esta etapa consiste en mostrar las artes a **(ver tabla 1)**: 4 profesionales en el área del diseño, dos personas del GADM de Portovelo y 10 representantes del público objetivo al que va dirigida la campaña.

**Tabla 1:**  
Opciones de identificador gráfico de la campaña “Portovelo Recicla”

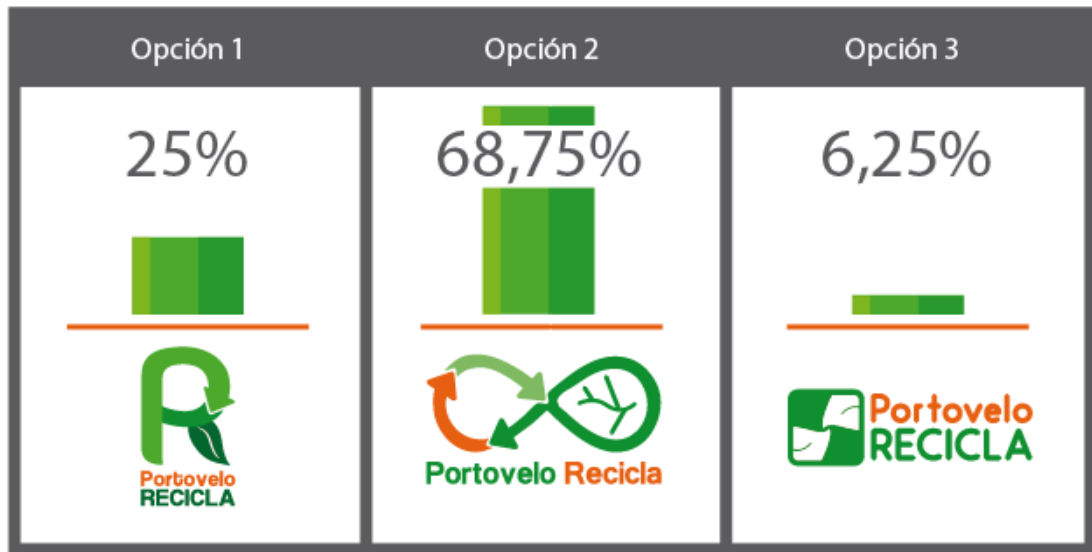
Opción 1	
	
Opción 2	
	
Opción 3	
	

Fuente: Elaboración Propia

### 3.3.1. Resultados

De la evaluación realizada, se obtiene los siguientes resultados (**ver tabla 2**) que permite definir el identificador gráfico para representar a la campaña “Portovelo Recicla”.

**Tabla 2:**  
Resultados de identificador gráfico de la campaña “Portovelo Recicla”



Fuente: Elaboración Propia

La opción con mayor aceptación fue la número 2, la misma que muestra razgos del reciclaje combinado con el símbolo que se toma para representar a la naturaleza, estos elementos se entrelazan para comunicar el ciclo del reciclaje y además el cuidado de la naturaleza.

### 3.4. Desarrollo de propuesta gráfica inicial

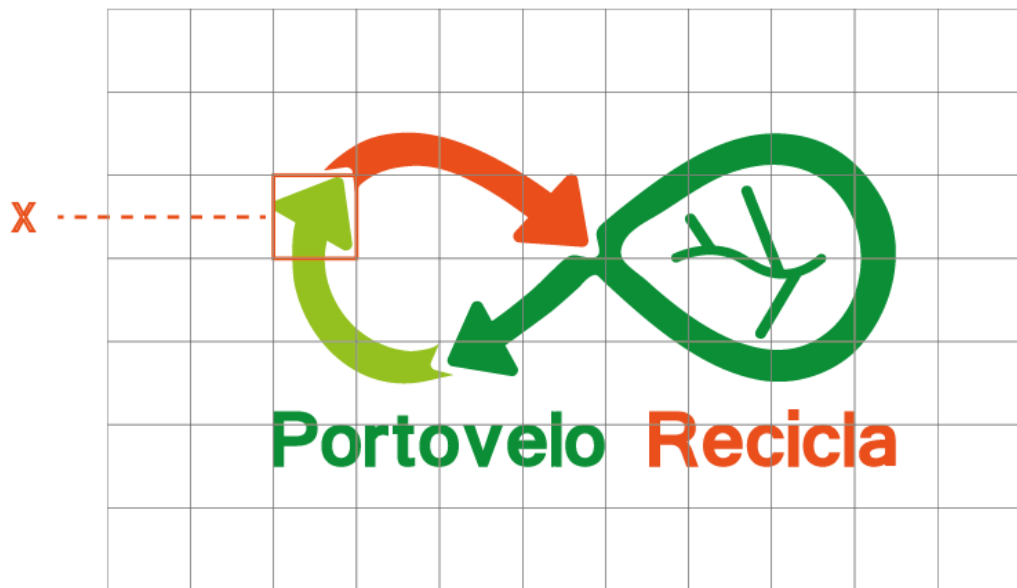


**Figura 32:** Identificador gráfico “Portovelo Recicla”  
Fuente: Elaboración Propia

### 3.5. Desarrollo de línea gráfica definitiva

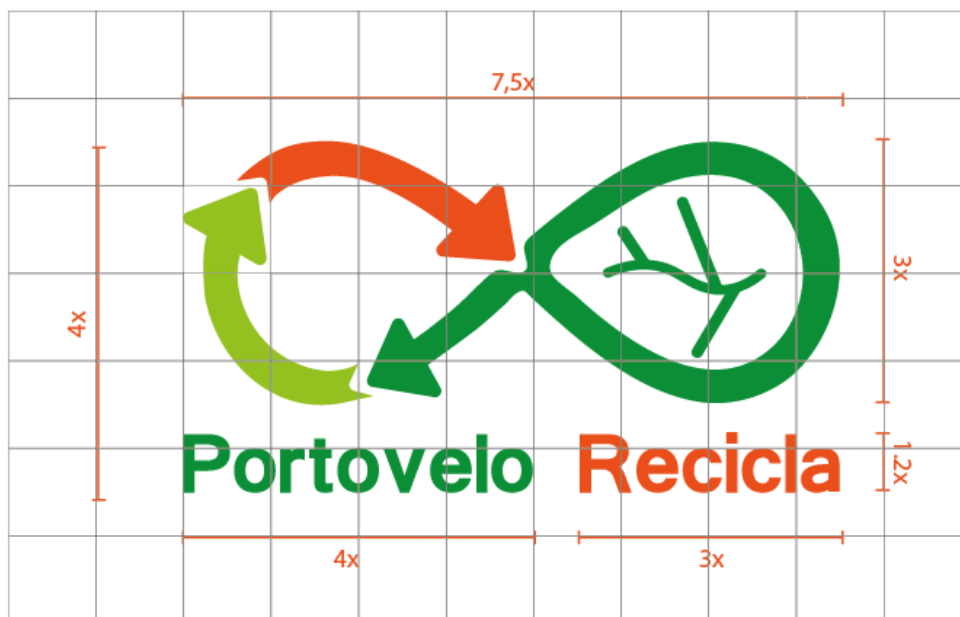
“El diseño gráfico permite comunicar un mensaje de forma visual según el medio que se utilice para transmitir dicho mensaje” (Castro y Valerio, citado por Yáñez Roballo, 2016, p.19).

#### 3.5.1. Construcción en retícula



**Figura 33:** Identificador gráfico “Portovelo Recicla” retícula con valor X  
**Fuente:** Elaboración Propia

En este apartado se muestra el identificador con la retícula modular, en donde se encuadra cada uno de los elementos para obtener equilibrio y simetría en la composición. El módulo está definido por un cuadrado de medida X (**Ver figura 33**).



**Figura 34:** Identificador gráfico “Portovelo Recicla” retícula medidas en la composición  
**Fuente:** Elaboración Propia

Con el uso de retícula se puede lograr legibilidad tanto del isotipo como el logotipo de esta forma se obtiene una adecuada imagen estética mediante la cual se conserve jerarquización del contenido coherente así como también un tamaño de letra adecuado (Manchado, 2013, p.12)

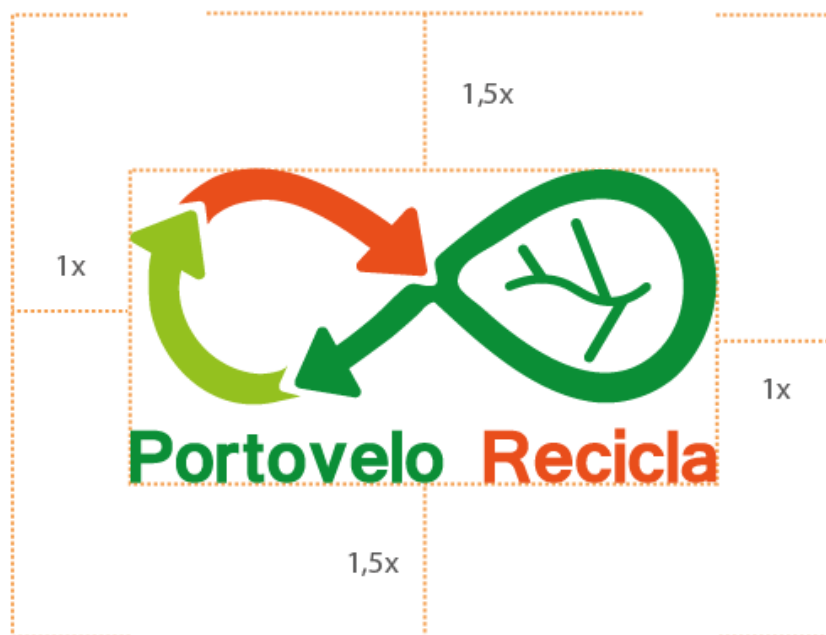
La retícula modular creada sirve para la buena reproducción del identificador gráfico de la campaña “Portovelo Recicla”, considerando que el identificador está conformado por 7,5x horizontales y 4x verticales (**ver figura 34**), estas medidas se pueden utilizar para variar las dimensiones del mismo sin que exista desproporción en la composición.

Es importante mencionar que por ningún motivo se debe alterar las proporciones de los elementos que componen el identificador gráfico.

### 3.5.2. Área de Protección

El valor de x, de la retícula modular sirve como medida para determinar el área de protección del identificador, debido a que la marca está estructurada de forma vertical se ubica en el lado izquierdo y derecho 3 módulos de espacio

y en la parte superior e inferior 4 módulos que resguardan a la marca (**Ver figura 35**).



**Figura 35:** Identificador gráfico “Portovelo Recicla” área de protección  
**Fuente:** Elaboración Propia

El área de protección sirve para que se respete el espacio del identificador, es decir, en el área establecida no se debe colocar ningún elemento ajeno al mismo ganando protagonismo absoluto de la marca.

### **3.5.3. Cromática**

La cromática para la identidad gráfica de la campaña “Portovelo Recicla”, se detalla a continuación: CMYK para medios impresos, RGB y Hexadecimales se utiliza en medios digitales y web, PANTONE para el sistema de impresión de tinta directa, serigrafía.

### **3.5.4. Variantes de aplicación**

Los fondos en los que el identificador puede ser aplicado son:



**Figura 36:** Colores corporativos de la campaña “Portovelo Recicla”  
**Fuente:** Elaboración Propia

El fondo principal del identificador gráfico es blanco, pero además se puede implementar sobre color gris 10% (**Ver figura 36**).



**Figura 37:** Colores corporativos de la camáña “Portovelo Recicla”  
**Fuente:** Elaboración Propia

Asi mismo el identificador puede ser aplicado sobre los colores corporativos, es decir verde en sus dos tonalidades y el color naranja. **(Ver figura 37).**





**Figura 38:** Variantes de color del identificador gráfico de la campaña “Portovelo Recicla”  
**Fuente:** Elaboración Propia



**Figura 39:** Identificador gráfico en escala de grises de la campaña “Portovelo Recicla”  
**Fuente:** Elaboración Propia

Se presenta las variaciones del identificador gráfico en positivo, negativo y escala de grises para los casos en los que se requiera la impresión en una sola tinta, por motivos económicos o funcionales (**Ver figuras 38 y 39**).

### 3.5.5. Escala mínima

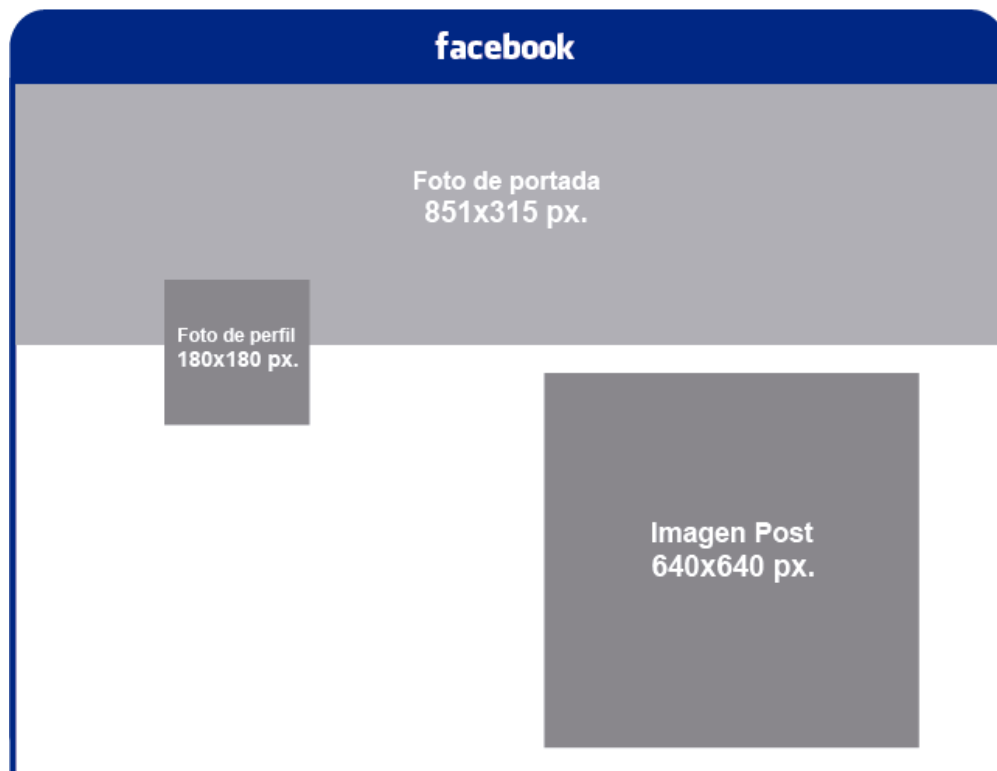


**Figura 40:** Escala mínima del identificador de la campaña “Portovelo Recicla”  
**Fuente:** Elaboración Propia

Se considera que para medios impresos su tamaño mínimo es 1 cm. Y para medios digitales se puede escalar a 50 px. **(Ver figura 40)**

### 3.5.6. Tamaños establecidos para redes sociales

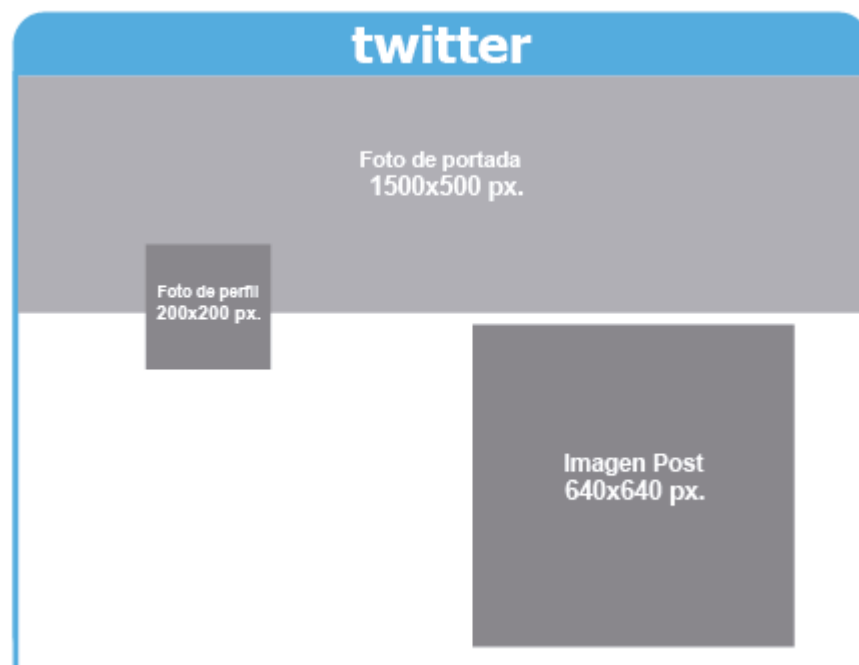
Considerando las redes sociales que se utilizan para transmitir la campaña: Facebook, Instagram y Twitter, se establecen los tamaños de los componentes de cada red social. **(ver figuras 41, 42 y 43)**



**Figura 41:** Resoluciones de tamaño para red social Facebook  
**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 42:** Resoluciones de tamaño para red social Instagram  
**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 43:** Resoluciones de tamaño para red social Instagram  
**Fuente:** Elaboración propia

Para la foto de perfil de cada una de las redes sociales se utiliza el identificador gráfico de la campaña “Portovelo Recicla”, mientras que para la imagen de portada se usa una fotografía que muestre ya sea los elementos que se pretende reciclar o las actividades que se desarrolla dentro de la campaña acompañada del copy de la campaña #PorunPortovelolimpio, con este mensaje de campaña se muestra el resultado que se desea conseguir con el desarrollo de la campaña, el mismo que es ver al cantón Portovelo libre de contaminación causada por el desecho de elementos sólidos. (Ver figuras 44, 45 y 46).

### 3.6. Arte final de las piezas gráficas



**Figura 44:** Interfaz de la red social Facebook  
**Fuente:** Facebook de la campaña “Portovelo Recicla”



**Figura 45:** Interfaz de la red social Instagram  
**Fuente:** Instagram de la campaña “Portovelo Recicla”



**Figura 46:** Interfaz de la red social Twitter  
**Fuente:** Twitter de la campaña “Portovelo Recicla”

### 3.7. Implementación y verificación de las piezas gráficas

De la siguiente manera se implementa el contenido visual que se va a publicar en las redes sociales para comunicar la campaña “Portovelo Recicla”.

Se publican tres tipos de piezas, la primera comunica a los jóvenes cuales son los materiales que se pretenden recolectar en el transcurso de la campaña (**ver figuras 47 y 48**), la segunda pretende incentivar a que los estudiantes

tengan amor por los recursos naturales (**ver figuras 49, 50 y 51**) y la tercera muestra la realidad de determinados lugares del cantón en donde se evidencia el mal manejo de los recursos naturales (**ver figuras 52**).



**Figura 47:** Arte para las redes sociales de la campaña  
**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 48:** Arte para las redes sociales de la campaña  
**Fuente:** Elaboración propia

Este tipo de piezas (**ver figuras 47 y 48**) se comparten para mostrar a los jóvenes los materiales que se aspira reciclar durante la campaña para evitar contaminar el ambiente, la composición contiene una fotografía del elemento contaminante en el entorno del cantón junto a una frase que incentiva a los jóvenes a cuidar el ambiente y practicar el reciclaje de dicho elemento, se incluye dentro de la pieza el copy de la campaña #PorunPortovelolimpio y en la esquina superior izquierda el identificador gráfico de la campaña sobre una franja blanca en transparencia para darle mayor fuerza y legibilidad en el mismo.



**Figura 49:** Arte para las redes sociales de la campaña  
**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 50:** Arte para las redes sociales de la campaña  
**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 51:** Arte para las redes sociales de la campaña  
**Fuente:** Elaboración propia

Para incentivar a los jóvenes a que tengan amor por los recursos naturales existentes en el cantón Portovelo se realiza piezas con fotografías que



muestren a adolescentes interactuando en los diferentes atractivos naturales con los que cuenta el cantón (**ver figuras 49, 50 y 51**), de la misma forma este tipo de publicaciones cuentan con el copy de la campaña #PorunPortovelolimpio ubicado en la esquina inferior derecha y el identificador gráfico sobre una franja blanca en transparencia en la esquina superior izquierda de la composición.



**Figura 52:** Arte para las redes sociales de la campaña  
**Fuente:** Elaboración propia

El tercer tipo de publicaciones contiene fotografías de lugares que se encuentran dentro del cantón y que muestran la realidad acerca del mal manejo de los recursos naturales (**ver figura 52**), este tipo de piezas están acompañadas del mensaje “La naturaleza necesita ayuda”, el copy de la campaña ubicada en la esquina inferior derecha y el identificador gráfico en la esquina superior izquierda sobre una franja en transparencia.

Vista previa de la página de Facebook de la campaña “Portovelo Recicla” con la implementación de las piezas gráficas que comunican el mensaje de la misma. (**Ver Figuras 53, 54 y 55**)



**Figura 53:** Arte implementada en la red social Facebook de la campaña  
**Fuente:** Facebook de la campaña “Portovelo Recicla”

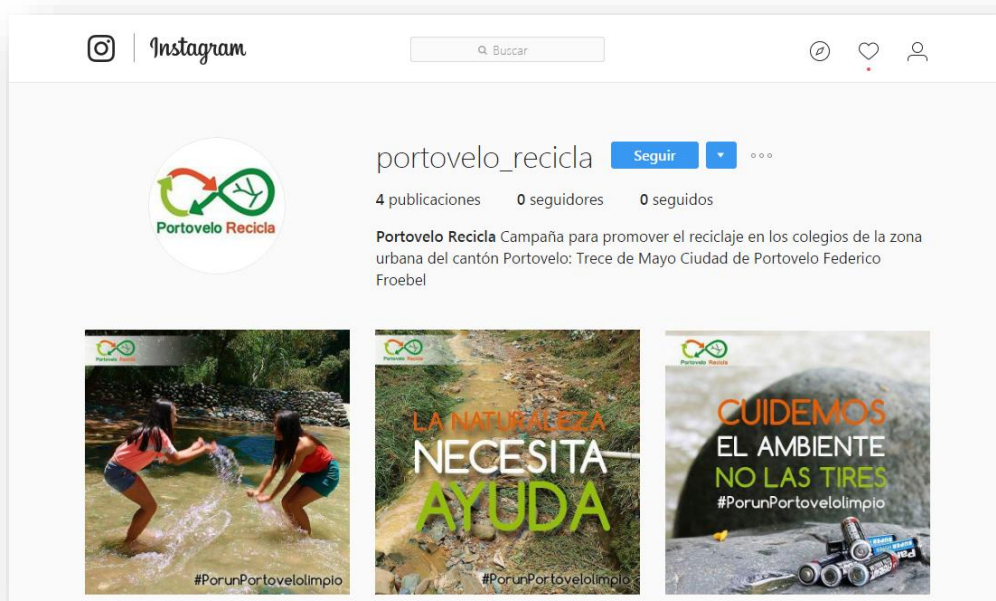


**Figura 54:** Arte implementada en la red social Facebook de la campaña  
**Fuente:** Facebook de la campaña “Portovelo Recicla”



**Figura 55:** Vista en teléfono, arte implementada en la red social Instagram de la campaña  
**Fuente:** Instagram de la campaña “Portovelo Recicla”

Vista previa de la página de Instagram de la campaña “Portovelo Recicla” con la implementación de las piezas gráficas que comunican el mensaje de la misma. **(Ver Figuras 56, 57, 58 y 59)**



**Figura 56:** Arte implementada en la red social Instagram de la campaña  
**Fuente:** Instagram de la campaña “Portovelo Recicla”



**Figura 57:** Arte implementada en la red social Instagram de la campaña  
**Fuente:** Instagram de la campaña “Portovelo Recicla”



**Figura 58:** Vista en teléfono, arte implementada en la red social Instagram de la campaña  
**Fuente:** Instagram de la campaña “Portovelo Recicla”



**Figura 59:** Vista en teléfono, arte implementada en la red social Instagram de la campaña  
**Fuente:** Instagram de la campaña “Portovelo Recicla”

Vista previa de la página de Instagram de la campaña “Portovelo Recicla” con la implementación de las piezas gráficas que comunican el mensaje de la misma. (Ver Figura 60, 61 y 62)



**Figura 60:** Arte implementada en la red social Twitter de la campaña  
**Fuente:** Twitter de la campaña “Portovelo Recicla”



**Figura 61:** Vista en teléfono, arte implementada en la red social Twitter de la campaña  
**Fuente:** Instagram de la campaña “Portovelo Recicla”



**Figura 62:** Vista en teléfono, arte implementada en la red social Twitter de la campaña  
**Fuente:** Instagram de la campaña “Portovelo Recicla”

### 3.7.1. Material Promocional

El material promocional que se emplea para la comunicación de la campaña se determina de acuerdo a la necesidad de la misma y su público objetivo; para promocionar la campaña se hará la entrega de kit promocionales y kit escolares a autoridades y estudiantes respectivamente **(ver tabla 3)**.

**Tabla 3:**  
Descripción de kit promocional y escolar.

Nombre del Kit	Detalle	Contenido
<b>Kit Promocional</b>	Se entregarán a autoridades e invitados a eventos que se realicen durante la campaña.	Bolso Camiseta Gorra Jarro Libreta Lápiz Pulsera
<b>Kit Escolar</b>	Se entregarán a los estudiantes mediante sorteo para incentivar su participación.	Bolso Libreta Lápiz PIN Pulsera

Fuente: Elaboración Propia

#### 3.7.1.1. Camiseta

Se realiza un modelo principal de la camiseta el mismo que consiste en el fondo principal del identificador, color blanco **(ver figura 63)** y se hace variaciones con los colores corporativos de la campaña **(ver figura 64)**, teniendo como resultado 4 colores en la camiseta de la campaña “Portovelo Recicla”.



**Figura 63:** Camiseta de la campaña “Portovelo Recicla”  
**Fuente:** Elaboración Propia



**Figura 64:** Camiseta en los colores corporativos de la campaña “Portovelo Recicla”  
**Fuente:** Elaboración Propia

### 3.7.1.2. Gorra

Al igual que la camiseta se realiza la aplicación de la gorra con 4 colores corporativos de la campaña. (ver figura 65)





**Figura 65:** Gorra en los colores corporativos de la campaña “Portovelo Recicla”  
**Fuente:** Elaboración Propia

### 3.7.1.3. Bolso

Se usa para armar los kit promocional y escolar. (ver figura 66)



**Figura 66:** Bolso de la campaña Portovelo Recicla”  
**Fuente:** Elaboración Propio

#### 3.7.1.4. Libreta

Esta aplicación se considera debido al público objetivo que tiene la campaña (**ver figura 67**), se usa como incentivo para que los jóvenes participen en la campaña.



**Figura 67:** Libreta de la campaña "Portovelo Recicla"  
**Fuente:** Elaboración Propia

#### 3.7.1.5. PIN

Se implementa el uso de botones (**ver figura 68**) para incentivar a los estudiantes a que participen en la campaña, esta aplicación está realizada en los colores corporativos de la campaña.



**Figura 68:** PIN de la campaña "Portovelo Recicla"  
**Fuente:** Elaboración Propia

### 3.7.1.6. Pulsera

Elemento utilizado para motivar a participar a los estudiantes en la campaña, se realiza un modelo con cada color, presentando el identificador gráfico y mensajes positivos acerca del cuidado del medio ambiente. **(ver figura 69)**



**Figura 69:** Pulseras de la campaña “Portovelo Recicla”  
**Fuente:** Elaboración Propia

### 3.7.1.7. Jarro

Se considera el uso de este elemento para promocionar la campaña en eventos y actividades que se realicen. **(ver figura 70)**



**Figura 70:** Jarro de la campaña “Portovelo Recicla”  
**Fuente:** Elaboración Propia

## 3.8. Producto Final

### 3.8.1. Estrategias de Marketing

#### 3.8.1.1. Objetivos

Los objetivos de marketing para la campaña de reciclaje a unidades educativas de la zona urbana son las siguientes:

- ✓ Vincular a los jóvenes en los proyectos de reciclaje.
- ✓ Fomentar en los jóvenes amor por la naturaleza.
- ✓ Instar a los jóvenes replicar estas prácticas en cada uno de los hogares

#### 3.8.1.2. Objetivos de comunicación

El tipo de campaña va a ser informativa, estableciendo los siguientes objetivos comunicacionales:

- ✓ Informar al estudiantado de las causas de un manejo irresponsable de recursos.
- ✓ Enseñar al estudiante las formas correctas de manejo de residuos sólidos.
- ✓ Fomentar en el estudiantado amor por recursos naturales.

Las características de la campaña están determinadas por los siguientes parámetros: Tipo de campaña, público objetivo, promesa de campaña, copy y concepto creativo. **(Alcívar, 2016, p.58)**

**Tipo de campaña:** Informativa

**Público objetivo:** Estudiantes de las unidades educativas: “Trece de Mayo”, “Ciudad de Portovelo” y “Federico Froebel”.

**Promesa de campaña:** Comunicar el mensaje de la campaña de reciclaje a través de redes sociales, para que sea reconocida por el público objetivo y así obtener los resultados deseados.

**Copy de Campaña:** #PorunPortovelolimpio

**Concepto creativo:** las piezas se realizan con fondo de fotografías de lugares del cantón, en determinadas fotos participan jóvenes estudiantes de las unidades educativas y las piezas cuentan con el copy de la campaña #PorunPortovelolimpio y el identificador gráfico de la misma.

### **3.8.1.3. Estrategias**

**Estrategia de Producto:** se va a vincular al estudiante en la campaña, para promover su participación, regalando premios para promover la iniciativa.

**Estrategia de Plaza:** Los adolescentes son muy influyentes en sus hogares, y estos pueden servir de apoyo para la implementación de programas a nivel de la ciudad, de esta manera podemos contar con replicadores dentro de los hogares.

**Estrategia de Promoción:** se dará a conocer la información de la campaña a través de las redes sociales, dado que se apunta a un segmento de la población que en la actualidad hace mucho uso de estas.

### **3.8.1.4. Cronograma de publicación de contenidos**

Las campañas Publicitarias deben contar con una fecha de inicio y una fecha de finalización. Es recomendable no iniciar una campaña que dure menos de 3 meses, ya que los mensajes emitidos a los clientes meta como mínimo deben durar este periodo de tiempo. (Ruíz, 2007, párr.3)

El plan de social media tiene una duración de 14 semanas, mismas que se contabilizan a partir del día martes 02 de mayo con el lanzamiento de campaña y culmina el día lunes 31 de julio con la clausura de la misma. Las publicaciones se realizan en la noche, el horario que se muestra a continuación (**ver tabla 4, 5 y 6**) está determinado por la encuesta aplicada a los estudiantes, el horario en el cual se publica el contenido es a partir de las 18:00 a 20:00 debido a que es un horario en el que los jóvenes tienden a revisar las redes sociales.

Es importante mencionar que los organizadores de la campaña han decidido que las publicaciones se realicen de Lunes a Viernes, intercalando un día entre cada publicación, es necesario publicar en los días que se hará actividades programadas. Se realizan publicaciones continuas cuando se lleven a cabo eventos de concursos entre lunes y viernes.

**Tabla 4:**  
Cronograma de publicación de contenidos mes de Mayo

Mes de Mayo 2017					
Proyecto: Campaña "Portovelo Recicla"			Inicia el día: 02 de mayo	Finaliza el día: 31 de Julio	
DÍA	FECHA	HORARIO	CONTENIDO	COPY	RED SOCIAL
Semana 1					
<b>Martes</b>	02/05/17	16:00 a 18:00	<b>Transmisión en vivo:</b> lanzamiento de la campaña "Portovelo Recicla", colegios participantes y autoridades. <b>Lugar:</b> Coliseo de Liga Cantonal.	#PorunPortovelolimpio	Facebook
<b>Miércoles</b>	03/05/17	18:00	<b>Arte Informativa:</b> Inicio del concurso mensual de reciclaje "Reciclando por el futuro", participan los colegios: Trece de Mayo Ciudad de Portovelo Federico Froebel	Ayuda a tu colegio a ser el ganador del concurso "Reciclando por el futuro" Materiales que se aceptan: Papel y Cartón Chatarra y metal Plásticos Materia orgánica Pilas y baterías #PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter

		20:00	<p><b>Compartir:</b> Contenido obtenido en el lanzamiento de campaña: Fotografías, entrevistas. Se receptan y comparten las publicaciones de los jóvenes con el hashtag #PorunPortovelolimpio</p>	#PorunPortovelolimpio	
Jueves	04/05/17	18:00	<p><b>Arte Informativa:</b> Manejo de residuos sólidos.</p>	<p>Es importante que clasifiques los residuos en los contenedores: Azul: plásticos Verde: vidrio Rojo: chatarra y metal Amarillo: papel y cartón Naranja: Materia Orgánica #PorunPortovelolimpio</p>	Facebook Instagram Twitter
		20:00	<p><b>Compartir:</b> Se comparte información encontrada en las redes, publicadas por los estudiantes con el hashtag #PorunPortovelolimpio</p>	#PorunPortovelolimpio	

<b>Viernes</b>	05/05/17	18:00	<b>Link informativo:</b> <a href="http://ambientebogota.gov.co/web/web-ninos/tips-para-el-manejo-adecuado-de-residuos">http://ambientebogota.gov.co/web/web-ninos/tips-para-el-manejo-adecuado-de-residuos</a>	Conoce el manejo adecuado de residuos sólidos. #PorunPortovelolimpio	Facebook Twitter
<b>Semana 2</b>					
<b>Lunes</b>	08/05/17	19:00	<b>Arte informativo:</b> mal manejo de los recursos naturales.	Los recursos naturales son los bienes que nos ofrece la naturaleza, ¡Cuidémoslos! #PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter
<b>Martes</b>	09/05/17				
<b>Miércoles</b>	10/05/17	20:00	<b>Link Informativo:</b> <a href="http://www.consumer.es/web/es/medioambiente/urbano/2012/07/05/210810.php">http://www.consumer.es/web/es/medioambiente/urbano/2012/07/05/210810.php</a>	Otras formas de reciclar, conoce detalles sobre campañas de reciclaje exitosas alrededor del mundo. #PorunPortovelolimpio	Facebook Twitter
<b>Jueves</b>	11/05/17				
<b>Viernes</b>	12/05/17	18:00	<b>Arte informativo:</b> Promoción del evento "Siembra un árbol"	El cambio empieza contigo, siembra un árbol. Pronto conocerás más detalles #PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter
<b>Semana 3</b>					
<b>Lunes</b>	15/05/17				
	16/05/17	18:00	<b>Link informativo:</b>		Facebook



<b>Martes</b>		20:00	<a href="http://www.eluniverso.com/noticias/2016/01/13/nota/5342059/cada-alumno-bachillerato-debe-sembrar-arbol-ano">http://www.eluniverso.com/noticias/2016/01/13/nota/5342059/cada-alumno-bachillerato-debe-sembrar-arbol-ano</a>  <b>Fotografía:</b> Amor por los recursos naturales	Conoce más acerca del evento “Siembra un árbol” que se desarrolló en el 2016 #PorunPortovelolimpio  Si supiera que el mundo se ha de acabar mañana, yo hoy aún plantaría un árbol. <i>Martin Luther King, Jr</i> #PorunPortovelolimpio	Twitter
<b>Miércoles</b>	17/05/17				
<b>Jueves</b>	18/05/17	18:00	<b>Invitación:</b> Cita al evento “Siembra un árbol” <b>Lugar:</b> Por confirmar <b>Fecha:</b> 20/05/2017	El GADM del cantón Portovelo invita a los estudiantes y ciudadanía en general al evento “Siembra un árbol”, el mismo que tiene por objeto la reforestación de la zona (por confirmar) #PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter
<b>Viernes</b>	19/05/17				
<b>Sábado</b>	20/05/17	08:00 a 12:00	<b>Transmisión en vivo:</b> evento “Siembra un árbol” en donde participan las unidades educativas.	#PorunPortovelolimpio	Facebook

**Semana 4**



			el hashtag #PorunPortovelolimpio		
<b>Jueves</b>	25/05/17				
<b>Viernes</b>	26/05/17		FERIADO		
<b>Semana 5</b>					
<b>Lunes</b>	29/05/17	18:00	<b>Transmisión en vivo:</b> Finalización de concurso mensual de recolección de elementos reciclados, para dar el resultado del ganador por el mes de Mayo.	#PorunPortovelolimpio	Facebook
<b>Martes</b>	30/05/17				
<b>Miércoles</b>	31/05/17	20:00	<b>Fotografías:</b> del evento de premiación al colegio que recolecta mayor cantidad de elementos sólidos	#PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter

**Fuente:**Elaboración propia

**Tabla 5:**  
Cronograma de publicación de contenidos mes de Junio

Mes de Junio					
Proyecto: Campaña "Portovelo Recicla"			Inicia el día: 02 de mayo		Finaliza el día: 31 de Julio
DÍA	FECHA	HORARIO	CONTENIDO	COPY	RED SOCIAL
<b>Semana 1</b>					
<b>Jueves</b>	01/06/17	18:00	<b>Arte informativa:</b> Inicio de concurso mensual de reciclaje "Reciclando por el futuro", participan los colegios: Trece de Mayo Ciudad de Portovelo Federico Froebel	Ayuda a tu colegio a ser el ganador del concurso "Reciclando por el futuro" Materiales que se aceptan: Papel y Cartón Chatarra y metal Plásticos Materia orgánica Pilas y baterías #PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter
<b>Viernes</b>	02/06/17	19:00	<b>Fotografía:</b> Amor por los recursos naturales	Recuerden que... La naturaleza no tiene desperdicios. ¿Por qué llenarla? #PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter
<b>Semana 2</b>					
<b>Lunes</b>	05/06/17	18:00	<b>Arte Informativa:</b> manejo de los residuos sólidos	Para reutilizar: Hay que aprovechar bien los artículos antes de deshacerse de ellos. Utiliza varias veces, todos los objetos que	Facebook Instagram Twitter

				<p>generalmente se van a la basura:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar las hojas de papel por los dos lados.</li> <li>• Rellenar las botellas de agua y refresco con aguas preparadas en casa.</li> </ul> <p>Recuerda que el centro de acopio es tu colegio.</p> <p>#PorunPortovelolimpio</p>	
<b>Martes</b>	06/06/17				
<b>Miércoles</b>	07/06/17	18:00	<b>Fotografía:</b> Amor por los recursos naturales	Jóvenes mostrando el amor por los recursos naturales (suelo) #PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter
<b>Jueves</b>	08/06/17				
<b>Viernes</b>	09/06/17	20:00	<b>Link Informativo:</b> <a href="https://www.crece mujer.cl/capacitacion/ideas-de-negocio/el-reciclaje-una-tendencia-como-fuente-de-emprendimiento">https://www.crece mujer.cl/capacitacion/ideas-de-negocio/el-reciclaje-una-tendencia-como-fuente-de-emprendimiento</a>	¿Consideras el reciclaje como un negocio? Descubre los beneficios del reciclaje como fuente de empleo. #PorunPortovelolimpio	Facebook Twitter
<b>Semana 3</b>					
<b>Lunes</b>	12/06/17	18:00	<b>Arte Informativo:</b> Mal manejo de recursos naturales	¿Sabías qué? El uso de agro químicos en el cultivo de	Facebook Instagram Twitter

				alimentos, la deforestación, erosión del suelo, contaminación de las aguas subterráneas y expulsión de gases que pueden afectar la capa de ozono. ¡Cuidemos nuestro ecosistema! #PorunPortovelolimpio	
<b>Martes</b>	13/06/17				
<b>Miercoles</b>	14/06/17	19:00	<b>Link informativo:</b> <a href="https://es.pinterest.com/explore/objetos-con-material-reciclado-921867347310/">https://es.pinterest.com/explore/objetos-con-material-reciclado-921867347310/</a>	Crea y contribuye a la conservación del medio ambiente, conoce novedosas ideas para crear artículos con material reciclado. #PorunPortovelolimpio	Facebook Twitter
<b>Jueves</b>	15/06/17				
<b>Viernes</b>	16/06/17	19:00	<b>Fotografía:</b> Amor por los recursos naturales	Cuando salgas a disfrutar en los ríos, lagos y cascadas, recuerda no arrojar basura. Evita contaminar el agua. #PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter
<b>Semana 4</b>					
<b>Lunes</b>	19/06/17	18:00	<b>Arte Informativa:</b> manejo de los residuos sólidos	Separa los residuos en orgánicos e inorgánicos desde el momento en que se generan.	Facebook Instagram Twitter

				Enjuaga los envases tetrapack y aplástalos para ahorrar espacio. Quita la tapa y aplasta las botellas de PET. Recuerda que el centro de acopio es tu colegio. #PorunPortovelolimpio	
<b>Martes</b>	20/06/17				
<b>Miércoles</b>	21/06/17	18:00	<b>Fotografía:</b> amor por los recursos naturales	El mejor momento para plantar un árbol es hace veinte años, el segundo mejor momento es ahora. #PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter
<b>Jueves</b>	22/06/17				
<b>Viernes</b>	23/06/17	18:00	<b>Link Informativo:</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=NaboOguztCw">https://www.youtube.com/watch?v=NaboOguztCw</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=_31aCDC1Rwo">https://www.youtube.com/watch?v=_31aCDC1Rwo</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=wzI5MhXkz58">https://www.youtube.com/watch?v=wzI5MhXkz58</a>	Aprende a elaborar paso a paso novedosos artículos con material reciclado. #PorunPortovelolimpio	Facebook Twitter
<b>Semana 5</b>					
<b>Lunes</b>	26/06/17				
<b>Martes</b>	27/06/17	20:00	<b>Arte informativo:</b> mal uso de los recursos naturales	Seamos todos parte del movimiento que se preocupa por la	Facebook Instagram Twitter

				conservación de los recursos naturales, evitemos la contaminación por todos y para todos. #PorunPortovelolimpio	
<b>Miércoles</b>	28/06/17				
<b>Jueves</b>	29/06/17	18:00	<b>Transmisión en vivo:</b> Finalización de recolección de elementos reciclados, para dar el resultado del ganador por el mes de Junio.	#PorunPortovelolimpio	Facebook
<b>Viernes</b>	30/06/17	20:00	Fotografías del evento de premiación al colegio que recolecta mayor cantidad de elementos sólidos <b>Lugar:</b> GADM del cantón Portovelo	#PorunPortovelolimpio	Facebook

**Fuente:** Elaboración propia



**Tabla 6:**  
Cronograma de publicación de contenidos mes de Julio

Mes de Julio 2017					
Proyecto: Campaña "Portovelo Recicla"			Inicia el día: 02 de mayo		Finaliza el día: 31 de Julio
DÍA	FECHA	HORARIO	CONTENIDO	COPY	RED SOCIAL
<b>Semana 1</b>					
<b>Lunes</b>	03/07/17	18:00	<b>Arte informativa:</b> Inicio de concurso mensual de reciclaje "Reciclando por el futuro", participan los colegios: Trece de Mayo Ciudad de Portovelo Federico Froebel	Ayuda a tu colegio a ser el ganador del concurso "Reciclando por el futuro" Materiales que se aceptan: Papel y Cartón Chatarra y metal Plásticos Materia orgánica Pilas y baterías #PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter
<b>Martes</b>	04/07/17				
<b>Miércoles</b>	05/07/17	20:00	<b>Arte Informativo:</b> manejo de residuos sólidos	Recuerda que el centro de acopio es tu colegio, separa los desechos en su respectivo recipiente #PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter
<b>Jueves</b>	06/07/17				
<b>Viernes</b>	07/07/17	18:00	<b>Fotografía:</b> amor por los recursos naturales	Los jóvenes Portovelences realizan recolección de desechos en los	Facebook Instagram Twitter

				atractivos naturales del cantón #PorunPortovelolimpio	
<b>Semana 2</b>					
<b>Lunes</b>	10/07/17				
<b>Martes</b>	11/07/17	19:00	<b>Link informativo:</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=xPzKPFlyYU">https://www.youtube.com/watch?v=xPzKPFlyYU</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=AuVHZVEEyq8">https://www.youtube.com/watch?v=AuVHZVEEyq8</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=OIVZ8kCEw5k">https://www.youtube.com/watch?v=OIVZ8kCEw5k</a>	Aprende a elaborar paso a paso novesodos articulos con marerial reciclado. #PorunPortovelolimpio	Facebook Twitter
<b>Miércoles</b>	12/07/17				
<b>Jueves</b>	13/07/17	18:00	<b>Compartir:</b> Se comparte contenido encontrado en las redes sociales que ha sido publicado por los estudiantes utilizando el hashtag #PorunPortovelolimpio	#PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter
<b>Viernes</b>	14/07/17				
<b>Semana 3</b>					
<b>Lunes</b>	17/07/17	20:00	<b>Arte informativo:</b> mal uso de los recursos naturales	La tala de árboles ocasiona la destrucción de bosques y por ende	Facebook Instagram Twitter

				agotamiento del oxígeno vital para los seres humanos, además se destruye los hogares de animales #PorunPortovelolimpio	
<b>Martes</b>	18/07/17				
<b>Miércoles</b>	19/07/17	20:00	<b>Fotografía:</b> de los jóvenes que forman parte de la campaña "Portovelo Recicla"	Antes y después de practicar el reciclaje #PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter
<b>Jueves</b>	20/07/17				
<b>Viernes</b>	21/07/17	19:00	<b>Arte Informativa:</b> Amor por los recursos	Todos podemos ser el cambio que Portovelo necesita, cuidemos nuestro ecosistema para el futuro #PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter
<b>Semana 4</b>					
<b>Lunes</b>	24/07/17	20:00	<b>Link Informativo:</b> <a href="http://www.andes.info.ec/es/sociedad/cuenca-lidera-reciclaje-basura-ecuador-involucrando-60-sus-habitantes.html">http://www.andes.info.ec/es/sociedad/cuenca-lidera-reciclaje-basura-ecuador-involucrando-60-sus-habitantes.html</a>  <a href="https://www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&amp;ion=1&amp;espv=2&amp;ie=UTF-8#q=consejos+para+el">https://www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&amp;ion=1&amp;espv=2&amp;ie=UTF-8#q=consejos+para+el</a>	Conoce las ciudades de nuestro país que practican el reciclaje. #PorunPortovelolimpio	Facebook Twitter

			<a href="#">+manejo+de+residuos</a> <a href="#">+solidos&amp;*</a>		
<b>Martes</b>	25/07/17				
<b>Miércoles</b>	26/07/17	18:00 a 20:00	<b>Fotografías:</b> tomadas en los tres meses de campaña, se publican paulatinamente.	#PorunPortovelolimpio	Facebook Instagram Twitter
<b>Jueves</b>	27/07/17				
<b>Viernes</b>	28/07/17	18:00	<b>Transmisión en vivo:</b> Finalización de recolección de elementos reciclados, para dar el resultado del ganador por el mes de Julio	#PorunPortovelolimpio	Facebook
<b>Semana 5</b>					
<b>Lunes</b>	31/07/17	16:00 a 19:00	<b>Trasmisión en vivo:</b> Evento de finalización de la campaña y premiación del ganador del tercer mes de la misma, estadio de liga cantonal.	#PorunPortovelolimpio	Facebook

Fuente: Elaboración propia

### 3.8.1.5 Presupuesto

El presupuesto para el plan de social media durante las 14 semanas de duración se puede observar en la siguiente tabla: **(ver tabla 7)**

**Tabla 7:**  
Presupuesto plan de medios

PRESUPUESTO			OBSERVACIONES
	MENSUAL	TOTAL	
FOTÓGRAFO	\$366	\$1098	
INTERNET	\$60	\$180	
TRANSPORTE	\$40	\$120	
COMPUTADORA	\$1200	\$1200	HP All in One 23" touchsmart I5.
TELÉFONO CELULAR	\$300	\$300	SAMSUNG J7
COMMUNITY MANAGER	\$600	\$1800	
<b>TOTAL</b>	<b>\$2566</b>	<b>\$4698</b>	

Fuente: Elaboración propia

Los valores del presupuesto del plan de social media se pueden minimizar si se utiliza recursos del GADM del cantón Portovelo: **(ver tabla 6)**

**Tabla 8:**  
Presupuesto plan de social media, minimización de costos usando recursos del GADM

PRESUPUESTO			OBSERVACIONES
	Mensual	Total	
FOTÓGRAFO	\$366	\$0	empleado municipal
INTERNET	\$60	\$0	servicio existente en el GADM de Portovelo
TRANSPORTE	\$40	\$0	uso de vehículos de la municipalidad
COMPUTADORA	\$1200	\$0	existente en el municipio del cantón

<b>TELÉFONO CELULAR</b>	\$300	\$0	uso personal
<b>COMMUNITY MANAGER</b>	\$600	\$0	persona encargada de las redes sociales del municipio, empleado municipal
<b>TOTAL</b>		\$0	

Fuente: Elaboración propia

El presupuesto del material POP se muestra en la siguiente tabla:(**ver tabla 7 y 8**)

**Tabla 9:**  
Presupuesto material POP

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
<b>Camisetas</b>	50	\$2,70	\$135
<b>Cuadernos</b>	200	\$2,50	\$500
<b>Tazas</b>	50	\$3,00	\$150
<b>Plumas</b>	200	\$1,20	\$240
<b>Bolsos</b>	200	\$1,00	\$200
<b>Pulseras</b>	200	\$0,80	\$160
<b>Gorras</b>	50	\$3,00	\$150
<b>PINES</b>	200	\$0,30	\$60
<b>TOTAL</b>			<b>\$1595</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 10:**  
Presupuesto material promocional

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
<b>Afiches</b>	1000	\$0,13	\$130
<b>Volantes</b>	1000	\$0,058	\$58
<b>TOTAL</b>			<b>\$188</b>

Fuente: Elaboración propia

El presupuesto general de la campaña “Portovelo Recicla se muestra en la siguiente tabla: **(ver tabla 9)**

**Tabla 11:**  
Presupuesto General

DETALLE	PRECIO
<b>PRESUPUESTO PLAN DE MEDIOS</b>	\$0
<b>PRESUPUESTO PROMOCIONAL</b>	\$188
<b>PRESUPUESTO MATERIAL P.O.P.</b>	\$1595
<b>TOTAL</b>	<b>\$1783</b>

**Fuente:** Elaboración propia

El monto para la implementación de la campaña en redes sociales “Portovelo Recicla” es de \$6481, este valor se puede reducir, si el GADM del cantón Portovelo utiliza recursos existentes en la entidad, ahorrándose un total de \$4698 de esta manera el costo total de la campaña es \$1783, quedando en consideración de los organizadores que el valor total se pueda reducir mediante autogestión.

## **4. Conclusiones y recomendaciones**

### **CONCLUSIONES**

Al finalizar el diseño del contenido visual de la campaña “Portovelo Recicla” se concluye que:

Es necesario realizar una investigación para obtener información sobre el público meta y lograr cumplir los objetivos de la campaña.

Es necesario conocer el interés del público objetivo para llevar a cabo la campaña.

Al crear el identificador, es posible desarrollar su línea gráfica, de tal forma que facilite la comunicación efectiva de la misma.

### **RECOMENDACIONES**

Al finalizar el presente proyecto de titulación se recomienda:

Para las publicaciones se recomienda el uso de fotografías de alta resolución para conservar su calidad.

Se extienda la comunicación de la campaña a la totalidad de la población del cantón Portovelo.

Se use tecnología y personal propio del GADM del cantón Portovelo y se gestione donaciones y auspicios para minimizar el costo de la campaña “Portovelo Recicla”



## 5. Bibliografía

### REFERENCIAS

Alcívar, A. (2016). *Plan de Marketing Digital para la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. [Formato PDF]. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/6759>

Alfaro, A. (2016). Behance. Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/33598069/Proyecto-Festival-de-Reciclaje-Rcicla>

Briones, G. (2003). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. [Formato PDF]. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=su2YtgAACAAJ&dq=metodolgia+de+la+investigaci%C3%B3n+cuantitativa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiCiK7D4qfSAhUK5SYKHWELDGcQ6AEIJTAC>

Costa, J. (2015). *Creación y gestión de marcas*. Revista Imagen y Comunicación, 3(3), 8. Recuperado de [http://mastercomunicacion.ua.es/wp-content/uploads/2015/11/Gestion-de-Marca\\_Joan-Costa.pdf](http://mastercomunicacion.ua.es/wp-content/uploads/2015/11/Gestion-de-Marca_Joan-Costa.pdf)

Departamento de Sistemas Informáticos Integrales de la Facultad de Medicina- Universidad Nacional del Nordeste. (s.f.). *Departamento de Biblioteca*. Recuperado de <http://www.med.unne.edu.ar/biblioteca/calculos/calculadora.htm>

Dondis, A. (s.f.). *La Sintaxis de la imagen* [Formato PDF]. Recuperado de <https://kochfedede.files.wordpress.com/2013/03/dondis-sintaxis-de-la-imagen.pdf>

Farfán, J. (2015). *Rediseño de Identidad visual para la fundación Albergue para desamparados "Divina Misericordia" de la ciudad de Machala*. [Formato PDF]. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/4586>

Herrera, M. (2016). *Propuesta de diseño de línea gráfica y contenido visual del centro de interpretación virtual del cerro El Paraíso Bosque Protector*. [Formato PDF]. Recuperado de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Tesis902YANp%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Tesis902YANp%20(1).pdf)

Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en Investigación Cualitativa* [Formato PDF]. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=xZtyAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=entrevista&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj6\\_rip8KbSAhVRxGMKHTzPCT0Q6AEIIDAB#v=onepage&q=entrevista&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=xZtyAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=entrevista&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj6_rip8KbSAhVRxGMKHTzPCT0Q6AEIIDAB#v=onepage&q=entrevista&f=false)

Manchado, E. (2013). *Diseño y aplicaciones de sistemas de retículas en la realización de proyectos de desarrollo de producto*. [Formato PDF]. Recuperado de <http://zaguan.unizar.es/record/13275/files/TESIS-2013-158.pdf>

Recupera centros de reciclaje. (s.f.). *Recupera centros de reciclaje*. Recuperado de [http://www.recuperamexico.com/centros\\_reciclaje/index.html](http://www.recuperamexico.com/centros_reciclaje/index.html)

Reciclaje Recimax. (2017). *Pesca tus ideas*. Recuperado de <http://www.reciclaajerecimax.com/nosotros/>

Ruíz, J. (2012). *Teoría y práctica de la investigación cualitativa* [Formato PDF]. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=QJ9BR5Ok3qgC&printsec=frontcover&dq=cualitativa+o+cuantitativa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjJ2bPF5abSAhVM\\_WMKHUAnCBYQ6AEIIDAB#v=onepage&q=cualitativa%20o%20cuantitativa&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=QJ9BR5Ok3qgC&printsec=frontcover&dq=cualitativa+o+cuantitativa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjJ2bPF5abSAhVM_WMKHUAnCBYQ6AEIIDAB#v=onepage&q=cualitativa%20o%20cuantitativa&f=false)

Ruíz, G. (2007). *Deimon Grupo Estratégico*. Recuperado de [http://www.deimon.com.ar/campana-publicitaria\\_definicion.php](http://www.deimon.com.ar/campana-publicitaria_definicion.php)

Quintana, R. (s.f.). *Taller de diseño gráfico color*. [Formato PDF].

Recuperado de

[http://www.uvirtual.edu.co/docudiseo/Dise%C3%B1o%20Grafico/QT/taller\\_dise%C3%B1o\\_color.pdf](http://www.uvirtual.edu.co/docudiseo/Dise%C3%B1o%20Grafico/QT/taller_dise%C3%B1o_color.pdf)

## 6. ANEXOS

### Anexo 1



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

***Previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión Gráfica Publicitaria, como técnica de investigación se aplica la siguiente encuesta para la creación de un identificador gráfico para una campaña de reciclaje en la Unidad Educativa “Trece de Mayo”***

**SEXO:**

Femenino

Masculino

**Edad:**

\_\_\_\_\_

**Curso:**

\_\_\_\_\_

#### 1. ¿Qué materiales recicla?

- Papel y cartón
- Chatarra y metal
- Pilas y baterías
- Plásticos
- Vidrio
- Materiales textiles
- Materia orgánica

#### 2. Si en su Unidad Educativa se realizara una campaña que promueva la cultura del reciclaje ¿Le gustaría participar?

- Si
- No

#### 3. ¿Por qué medios le gustaría recibir información acerca de la campaña?

- Medios Escritos (Afiches, Volantes, Trípticos, Dípticos).
- Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter)
- Medios Audiovisuales (TV, Radio)

4. ¿En qué horario ud. Frecuenta las redes sociales?

09:00 A 11:00

13:00 A 15:00

18:00 A 20:00

5. Si forma parte de la campaña de reciclaje ¿Qué tipo de incentivos le gustaría recibir?

Útiles Escolares (Lápiz, Cuaderno, Carpeta, regla)

Artículos Personales (camisetas, llaveros, jarros)

Otros: \_\_\_\_\_

6. ¿Qué colores Ud. Identifica con la actividad de reciclaje?

Verde

Gris

Amarillo

Naranja

Azul

Rojo

Negro

Blanco

7. Al momento de hablar de reciclaje ¿Cuál es la imagen que Ud. asocia con esa actividad?



## **Anexo 3**

### **GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE PORTOVELO**



**Campaña de reciclaje aplicada a los colegios: Trece de Mayo, Ciudad  
de Portovelo y Federico Froebel**

**Sra. Paulina López Sigüenza  
ALCALDESA  
Octubre 2016**

## INTRODUCCIÓN

La actual administración de Portovelo como uno de sus objetivos intenta cambiar la imagen de la ciudad disminuyendo la contaminación, para ello se encuentra trabajando en proyectos que apunten a lograr ese cambio determinando dos componentes primordiales:

1. **Estructuras:** en esta categoría se enmarca proyectos que ayuden a la descontaminación actual del río Amarillo, entre ellos tenemos el plan maestro de alcantarillado sanitario y pluvial (obra en ejecución), plan maestro de agua potable, relleno sanitario, parque fluvial río amarillo, entre otros.
2. **Sensibilización de la ciudadanía:** Creación de huertos urbanos, campaña de limpieza del río Amarillo, campaña de reforestación, proyecto de separación en la fuente y campañas de reciclaje.

Las campañas de reciclaje están divididas en 2 etapas, primero en las Unidades Educativas ubicadas en la zona urbana del cantón y luego con la ciudadanía en general, el presente documento habla de la primera fase, la campaña de reciclaje aplicada en las unidades educativas ubicadas en la zona urbana del cantón Portovelo.

### Objetivos de Marketing

Los objetivos de marketing para la campaña de reciclaje a unidades educativas de la zona urbana son las siguientes:

- ✓ Vincular a los jóvenes en los proyectos de reciclaje.
- ✓ Fomentar en los jóvenes amor por la naturaleza.
- ✓ Instar a los jóvenes replicar estas prácticas en cada uno de los hogares

### Objetivos de comunicación

El tipo de campaña va a ser informativa, estableciendo los siguientes objetivos comunicacionales:

- ✓ Informar al estudiantado de las causas de un manejo irresponsable de recursos.

- ✓ Enseñar al estudiante las formas correctas de manejo de residuos sólidos.
- ✓ Fomentar en el estudiantado amor por recursos naturales.

### **Características de la campaña**

Esta campaña se va a realizar con el fin de concientizar a los estudiantes que conforman las unidades educativas ubicadas en la zona urbana del cantón que son: “Trece de Mayo”, “Ciudad de Portovelo” y “Federico Froebel”, en el cuidado ambiental, estará dirigida a estudiantes que están cursando los niveles de octavo a sexto curso, de esta manera serán los estudiantes los cuales servirán como replicadores en cada uno de sus hogares cuando se comience a implementar programas de reciclaje.

#### Antecedentes

Uno de los objetivos principales plasmados en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial es *Promover una cultura de concientización ambiental y reciclaje en el cantón*, siendo el “Programa de reciclaje y manejo de residuos sólidos” el principal programa que apunta a cumplir ese fin. Este proyecto se enmarca en la planificación institucional del GAD Cantonal.

### **Estrategias de Marketing**

Estrategia de Producto: se va a vincular al estudiante en la campaña, para promover su participación, regalando premios para promover la iniciativa.

Estrategia de Plaza: Los adolescentes son muy influyentes en sus hogares, y estos pueden servir de apoyo para la implementación de programas a nivel de la ciudad, de esta manera podemos contar con replicadores dentro de los hogares.

Estrategia de Promoción: se dará a conocer la información de la campaña a través de las redes sociales, dado que se apunta a un segmento de la población que en la actualidad hace mucho uso de estas.



## **Competencia**

Actualmente, no existe una iniciativa privada que fomente el reciclaje por lo que no existe competencia directa.

## **Presupuesto y Plazo**

El presupuesto para la campaña es de 2000 dólares, estará vigente desde mayo del 2017 y terminará en julio 2017, es decir el tiempo que dure el año lectivo. Después de ese tiempo se realizará un monitoreo para obtener los resultados de la campaña. Se utilizará redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter) para promover la campaña.

## **Anexo 4**

### **Modelo Entrevista**

- 1. ¿Cuál es el grado de contaminación a causa de los desechos sólidos en el cantón Portovelo?**
- 2. ¿Las diferentes administraciones que ha tenido el cantón Portovelo se interesaron por la contaminación a causa de los desechos sólidos?**
- 3. Referente a la pregunta anterior ¿Qué acciones tomaron para reducir la contaminación a causa de desechos sólidos en el cantón?**
- 4. ¿En la actualidad qué métodos se han utilizado para reducir la contaminación a causa de los desechos sólidos dentro del cantón?**
- 5. ¿Se han desarrollado campañas que promuevan el reciclaje dentro del cantón?**
- 6. ¿Por qué es importante para el municipio la realización del identificador de la campaña de reciclaje en los colegios de la zona urbana del cantón?**
- 7. ¿Qué beneficios traería para el cantón y su población la implementación de una campaña de reciclaje en los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo?**
- 8. ¿Qué debe reflejar a los estudiantes el identificador de la campaña?**
- 9. ¿De qué manera se piensa incentivar a los jóvenes a reciclar?**
- 10. ¿Habrá algún incentivo para las unidades educativas que recolecten mayor cantidad de material?**
- 11. ¿Por qué tomar a los colegios de la zona urbana del cantón como público objetivo para el lanzamiento de la campaña?**

**12. ¿Qué se realizará con el material recolectado?**

**13. Dentro del plan de reciclaje ¿Cuáles son las clases de material reciclado que buscan obtener con la campaña?**

**14. ¿Qué colores ud. cree que se deben utilizar para la creación del identificador gráfico y piezas gráficas?**

**15. ¿Cuál es el nombre de la campaña?**

**16. Al momento de hablar de reciclaje ¿Cuál es la imagen que ud. asocia con esa actividad?**

## Anexo 5



**Figura 71:** Aplicación de Encuesta en colegios del cantón Portovelo  
**Fuente:** Elaboración Propia



**Figura 72:** Aplicación de Encuesta en colegios del cantón Portovelo  
**Fuente:** Elaboración Propia



**Figura 73:** Aplicación de Encuesta en colegios del cantón Portovelo  
**Fuente:** Elaboración Propia



**Figura 74:** Lcda. Gina Aguilar rectora del colegio Federico Froebel  
**Fuente:** Elaboración Propia



**Figura 75:** Aplicación de Encuesta en colegios del cantón Portovelo  
**Fuente:** Elaboración Propia



**Figura 76:** Aplicación de Encuesta en colegios del cantón Portovelo  
**Fuente:** Elaboración Propia



**Figura 77:** Aplicación de Encuesta en colegios del cantón Portovelo  
**Fuente:** Elaboración Propia



**Figura 78:** Aplicación de Encuesta en colegios del cantón Portovelo  
**Fuente:** Elaboración Propia



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Aguilar Carrión Karen Lisseth**, con C.C: # **0706331519** autor/a del trabajo de titulación: **Diseño de contenido visual informativo para la campaña de reciclaje del GADM que se implementará en los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo** previo a la obtención del título de **Lcda. en Gestión Gráfica Publicitaria** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **15 de Marzo de 2017**

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Aguilar Carrión Karen Lisseth**

C.C: **0706331519**





<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>			
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN</b>			
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Diseño de contenido visual informativo para la campaña de reciclaje del GADM que se implementará en los colegios de la zona urbana del cantón Portovelo		
<b>AUTOR(ES)</b>	Aguilar Carrión, Karen Lisseth		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Lcda. María Katherine Naranjo Rojas, Ms		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Arquitectura y Diseño		
<b>CARRERA:</b>	Gestión Gráfica Publicitaria		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Licenciada en Gestión Gráfica Publicitaria		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	15 de Marzo de 2017	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	96
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Contenido visual, Plan de Marketing, Campaña informativa, Diseño Gráfico		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	<p>Palabras claves: Portovelo, contaminación ambiental, reciclaje, identificador gráfico, contenido visual, diseño, campaña.</p> <p>Keywords: Portovelo, environmental pollution, recycling, graphic identifier, visual content, design, campaign.</p>		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b>			
<b>RESUMEN</b>			
<p>La contaminación ambiental causada por el desecho irresponsable de elementos sólidos y la falta de información acerca de esta problemática tiene múltiples efectos contraproducentes para el cantón Portovelo, es por ello que el GADM busca incentivar a los jóvenes de los colegios ubicados en la zona urbana del cantón a practicar el reciclaje, mediante una campaña de concientización con el fin de comunicar el mensaje del cuidado de la naturaleza. En vista de esta problemática se plantea como objetivo principal la creación del identificador y piezas informativas que sirvan como referente para realizar la campaña “Portovelo Recicla”</p>			
<b>ABSTRACT</b>			



The environmental pollution caused by the irresponsible disposal of solid elements and the lack of information about this problem has multiple effects counterproductive for the canton. The objective is that the GADM look for incentives for the young people of the schools located in the urban area of the canton. To practice The recycling, through an awareness campaign with the end of the message the message of care of nature. In view of this problem, the main objective is to create the identifier and informative pieces that serves as a reference for the "Portovelo Recicla" campaign.

<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0984663531	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:lisseth-992@hotmail.com">lisseth-992@hotmail.com</a>
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre:</b> Lcdo. Quintana Morales, Washington David, Mgs	
	<b>Teléfono:</b> 2200864	
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:washington.quintana@cu.ucsg.edu.ec">washington.quintana@cu.ucsg.edu.ec</a>	
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>		
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>		
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>		
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		